Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ульяновский государственный педагогический университет
имени И.Н. Ульянова»
(ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»)

Историко-филологический факультет
Кафедра философии и культурологии

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ С.Н. Титов
«29» октября 2021 г.

ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНОЙ (ПОЛИТИЧЕСКОЙ) КОММУНИКАЦИИ

Программа учебной дисциплины модуля
Анализ политических процессов

основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры по направлению подготовки
44.04.01 Педагогическое образование,
направленность (профиль) образовательной программы
Социально-политические процессы в современной России: методы исследования и методика преподавания
(очно-заочная форма обучения)

Составитель: Рассадина Т.А., д.с.н., доцент кафедры философии и культурологии

Рассмотрено и одобрено на заседании ученого совета историко-филологического факультета, протокол от «21» октября 2021 г. № 1

Ульяновск, 2021

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01D77C644FC1E54000000006381D0002
Владелец: Титов Сергей Николаевич
Действителен: с 19.07.2021 до 19.07.2022

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии социальной (политической) коммуникации»относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, вариативного модуля «Анализ политических процессов»основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры по направлению 44.04.01 Педагогическое образование, направленность (профиль) образовательной программы «Социально-политические процессы в современной России: методы исследования и методика преподавания» очно-заочной формы обучения.

Дисциплина «Технологии социальной (политической) коммуникации» опирается на результаты обучения, сформированные в рамках ряда дисциплин учебного плана, изученных обучающимися при освоении уровня бакалавриата (всеобщей и отечественной истории, философии и др.), а также дисциплин, изучаемых в магистратуре, в частности: «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Иностранный язык в профессиональной коммуникации», «Русский язык в профессиональной сфере», «Актуальные проблемы преподавания политологии и социологии», «Теории социально-политических процессов», «Современные проблемы функционирования гражданского общества», «Политические процессы в современной России», «Политическая мысль России XX-XXI в.».

Результаты изучения дисциплины «Проектирование исследовательской деятельности политических процессов (региональные и муниципальные социально-политические процессы)» являются основой для дальнейшего глубокого изучения дисциплин, предусмотренных образовательной программой по соответствующему направлению подготовки, в частности:«Современные способы презентации научной информации», «Публичная политика и институты публичной политики», «Идеология и политика», «Принципы авторской подготовки научных изданий», «Проектирование исследовательской деятельности политических процессов (региональные и муниципальные социально-политические процессы)», «Управление общественно-политическими проектами в школе и местных сообществах»,«Психология одаренности», «Педагогическое взаимодействие с одаренными детьми и талантливой молодежью», «Проектирование дополнительных образовательных программ в области политологии для одаренных детей и талантливой молодежи», «Электронная среда образовательного учреждения», «Организация обучения в условиях дистанционного образования», «Дидактические возможности применения мультимедийного оборудования в учебном процессе»; анализа политических процессов, подготовки исследовательских проектов, магистерской диссертации.

1.Перечень планируемых результатов обучения (образовательных результатов) по дисциплине

Целью освоения дисциплины является освоение знаний о коммуникационном процессе в политике и технологиях политических коммуникаций как виде социальных коммуникаций.

Задачами освоения дисциплины являются формирование у обучающихся знаний о сущностных, структурно-функциональных аспектах, моделях социальных коммуникаций, их теоретические обоснования, технологиях политических коммуникаций в условиях современных социально-политических процессов,способности их анализа, использования.

В результате освоения программы магистратуры обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (в таблице представлено соотнесение образовательных результатов обучения по дисциплине с индикаторами достижения компетенций):

Последовательность освоения компетенции в образовательной программе	Этапы формирования компетенции		
	Теоретический (знать)	Модельный (уметь)	Практический (владеть)
2 курс			
Дисциплина «Технологии социальной (политической) коммуникации» Модуль «Анализ политических процессов» УК-4 - Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия: УК-4-1- знает теоретические и прикладные аспекты коммуникационного процесса в политике; УК-4-2 – способен анализировать современные коммуникационные системы и технологии в современных социально-политических процессах; УК-4-3 –способен применять знанияо современных коммуникационных политических технологиях в академическом и профессиональном взаимодействии.	ОР-1- сущность, структурно-функциональные особенности, модели социально-коммуникативного процесса; ОР-3- технологии политической коммуникации в современных социально-политических процессах.	ОР-2 – анализировать современные коммуникационные системы и технологии в современных социально-политических процессах; ОР-4– применять знанияо современных коммуникационных политических технологиях в академическом и профессиональном взаимодействии.	
УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия УК-5-1- знать многообразие теоретических подходов и моделей к коммуникационному процессу в политике; УК-5-2 – знать особенности развития политико-коммуникационных процессов и технологий в условиях современного	ОР-5 – знать многообразие теоретических подходов и моделей к коммуникационному процессу в политике; ОР-6 – знать особенности развития политико-коммуникационных процессов и технологий в условиях	ОР-7- способен анализировать технологии политических коммуникаций с учетом разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.	

информационного общества; УК-5-3 –Способен анализировать технологии политических коммуникаций с учетом разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.	современного информационного общества.		
ПК-3- Способен организовывать образовательную деятельность в процессе обучения предметной области с учетом возрастных, психолого-физиологических особенностей и образовательных потребностей обучающихся. ПК-3-1 – способен организовывать образовательную деятельность в процессеобучения социально-коммуникационным технологиям с учетом возрастных, психолого-физиологических особенностей обучающихся; ПК-3-2 – способен организовывать образовательную деятельность в процессе обучения социально-коммуникационным технологиям с учетом образовательных потребностей обучающихся.		ОР-8- организовывать образовательную деятельность в процессе обучения социально-коммуникационным технологиям с учетом возрастных, психолого-физиологических особенностей и образовательных потребностей обучающихся.	

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Номер семестра	Учебные занятия					Форма итоговой аттестации
	Всего	Лекции, час	тические занятия,	Контрольная работа, час	Самостоятельная работа, час	

	Трудоемкость.						
	Зач. ед.	Часы					
3	3	108	4	16		61	Экзамен (27)
Итого:	3	108	4	16		61	Экзамен (27)

3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

3.1 Указание тем (разделов) и отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий:

Наименование раздела и тем	Количество часов по формам организации обучения			
	Лекц. занятия	Лаб. занятия	Практ. занятия	Самост. работа
3 семестр				
Раздел 1: Теоретические аспекты коммуникационного процесса				
Тема 1: Основы теории социальной коммуникации	2		1	5
Тема 2: Теоретические аспекты массово-коммуникационных процессов	2		1	5
Раздел 2: Теоретические и технологические аспекты коммуникационных процессов в политике				
Тема 1: Политическая коммуникация как вид социальных коммуникаций			2	7
Тема 2: Технологические аспекты политической коммуникации			1	10
Тема 3: Общественное мнение как обратная связь реализации политических коммуникаций			4	11
Тема 4: Коммуникативные технологии в формировании имиджа политика и в электоральных процессах			4	11
Тема 5: Технологии политической коммуникации в условиях информационного общества			3	12
Итого	4		16	61

3.2.Краткое описание содержания тем (разделов) дисциплины

Раздел 1: Теоретические аспекты социально-коммуникационного процесса
Тема 1: Основы теории социальной коммуникации

Понятия: информация, общение, коммуникация, социальная коммуникация. Основные элементы коммуникационного процесса (источник (отправитель) – сообщение – кодирование-декодирование – канал- получатель (аудитория) – обратная связь), их характеристика. Модели коммуникационного процесса: модель Лассуэлла, модель К. Шеннона-У. Уивера, модель М. де Флера, циркулярная (циклическая) модель коммуникации (У. Шрам, Ч. Осгуд), двухканальная модель речевой коммуникации (В.П. Морозов), модель двуступенчатой коммуникации (П. Лазарсфельд, Б. Барельсон, Г. Годэ).

Тема 2: Теоретические аспекты массово-коммуникационных процессов

Массовая коммуникация: понятие, характеристики (наличие технических средств, регулярность и тиражируемость, социальная значимость информации, массовость аудитории, ее рассредоточенность и анонимность). Свойства массовой коммуникации (диахронность, диатопность, мультиплицирование, симультанность, репликация). Функции массовой коммуникации (информационная, воздействия на общество, познавательно-культурологическая, преемственности культур, мобилизующая, регулирующая, социального контроля, социализации личности и др.). Структура массовой коммуникации (коммуникаторы, массовая информация, средства передачи массовой информации, массовые аудитории, реакция аудитории, эффективность массовой коммуникации).

Этапы исследования возможностей воздействия МК. 1 этап 20-30—е гг. 20 в. - теории «волшебной пули» (У. Липпман, Г. Лассуэлл и др.). 2 этап – 40-60- гг. – переоценка возможностей воздействия (П. Лазарсфельд, Р. Мертон, Р. Парк, Ч. Кули, Б. Берельсон и др.). 3 этап – начало 70-х и по н.вр. – возвращение к парадигмам 1 этапа с учетом современных реалий (Г. Маклюэн, М. Маккомбс, Д. Шоу, Э. Ноэль-Норман и др.). Эффективность МК. Критерии эффективности деятельности СМК (духовные, практические); мера, уровень эффективности. Эффекты СМК, их проявления.

Раздел 2: Теоретические и технологические аспекты коммуникационных процессов в политике

Тема 1: Политическая коммуникация как вид социальных коммуникаций

Политическая коммуникация как элемент социальной подсистемы, как вид и элемент социальных коммуникаций, как информационно-коммуникационный процесс, как элемент PR, атрибут политической деятельности. Краткий экскурс развития политических коммуникаций за рубежом и в российской политической практике. Роль политической коммуникации в демократическом обществе.

Модели политической коммуникации («Системная модель Д. Истона. Функциональная модель Г. Алмонда. Кибернетическая модель К. Дойча. Концепция мягкой силы («soft power») Дж. Ная.

Признаки политической коммуникации (направленность на создание определенного типа сообщений; воздействие на массовое сознание, побуждение людей к определенного типа действиям; использование при организации политических кампаний всех типов). Принципы политических коммуникаций (выявление потребностей групп общественности; планирование политических коммуникаций; мониторинг результатов политических коммуникаций; координация работы со СМИ; закрепление, изменение установок).

Структура политической коммуникации: субъект, адресат коммуникации, каналы коммуникации; контент сообщения; пространство (индивидуальное, коллективное, сетевое и т.д.). Тактические элементы политической коммуникации: типы, методы и формы взаимодействия с населением (рациональная и спонтанная коммуникация, неформальные контакты, общение граждан с представителями политических институтов, журналистами, коммуникация в ходе выборов, референдумов, демонстраций и других политических акций). Уровни коммуникативных процессов (Дж. Томсон):

семантический, технический, инфлуентальный (влияния), их характеристика. Горизонтальная и вертикальная политическая коммуникация.

Основные функции политической коммуникации (трансляция знаний и ценностей политики, социализация, распространение образцов политической культуры, легитимация, аккумулирование политических запросов общества, их рефлексия; передача и мультиплицирование политической информации; интегрирование социума; регулирование политических процессов и политических отношений; формирование общественного мнения о политических процессах и целенаправленная работа по его коррекции; формирование и мотивирование определенных типов политического поведения субъектов политических отношений, политической мобилизации,). Содержание политической коммуникации (политическая информация (реальные или вымышленные сведения), идеи, идеологемы, побудительные сообщения, связанные с установлением и поддержанием контакта между субъектами политики и пр.).

Тема 2: Технологические аспекты политической коммуникации

Политическая коммуникация как политическая технология, как PR-технология. Технология как совокупность наиболее целесообразных приемов, способов и процедур, направленных на достижение наиболее оптимальных и эффективных результатов в какой-либо сфере деятельности в определенное время и в определенном месте. Политико-коммуникативные технологии как комплекс последовательно применяемых приемов, методов и процедур, направленных на изменение массового политического сознания и поведения реципиентов с целью решения конкретных задач коммуникатора в какой-либо сфере деятельности в определенный временной промежуток.

Виды политических технологий. Низкоинтенсивные коммуникативные технологии (маркетинговые политико-коммуникативные технологии (пиар, реклама); немаркетинговые политико-коммуникативные технологии (агитация, и пропаганда). Высокоинтенсивные коммуникативные технологии (отдельные мероприятия в рамках агитационных, пропагандистских, пиар-кампаний).

Мобилизационные (агитация, пропаганда, манипулирование и др. способы воздействия) и маркетинговые технологии (убеждение, стимулировании критически-творческого мышления, демократической мотивации поведения). Функции политического маркетинга (выявление и выдвижение достойных лидеров, альтернативных политических программ, проектов, идей, концепций, формирование в общественном сознании привлекательного имиджа кандидатов на государственные должности, помощь гражданам в свободном и сознательном политическом выборе, политическим институтам и лидерам - в демократизации общественных отношений).

Тема 3: Общественное мнение как обратная связь реализации политических коммуникаций

Общественное мнение: понятие, признаки, условия возникновения. Функции общественного мнения. Структура общественного мнения (условия существования; содержание, носитель общественного мнения, характер суждения;когнитивный, эмоционально-чувственный, поведенческий компоненты). Стереотип: понятие, функции, виды.

СМК как инструмент манипулирования общественным мнением. Манипуляция: понятие, характеристики, функции. Причины, обуславливающие манипулятивный характер СМК. Факторы, определяющих подверженность человека манипуляциям. Факторы, повышающие степень неадекватности, иллюзорности информационной среды. Виды манипуляций: простые одноактные манипляции; сложные, имеющие комплекс манипулятивных приемов, манипулятивные игры. Манипулятивные технологии: манипулятивная семантика (изменение смысла слов и понятий); теория «смысловых рядов»; формирование и распространение образов; геймификация; доверия и

привязанности к коммуникатору; имиджа особой осведомленности; создание «псевдообъективности»; использование альтернативного голоса, «мнимого выбора»; смешивание достоверной и недостоверной информации (полуправда); включение в сообщения элементов самокритики; техника оперативного и сверхоперативного информирования; затрагивание запретных или нежелательных тем; «предсказание событий»; наклеивание ярлыков (клеймение, стигматизация); использование кличек; создание негативных ассоциаций; апелляция к конкретным фактам и документации; «удушение в дружеских объятиях»; манипулирование информационными потоками; изоляция адресата от постороннего влияния; принцип демократии шума; дробление; срочность, упрощение, утверждение и повторение; сенсационность; создание образа коллективного врага; ссылка на авторитеты, на всех; эффект первичности; метод «забалтывания», информационная блокада; использование групп влияния; игра в простонародность; создание угрозы; использование юмора; трюизмы; стереотипизация и др. Манипуляции как угроза информационно-психологической безопасности личности. Формы защиты от манипулятивных воздействий СМИ (бегство, уход; изгнание (вытеснение); блокировка; управление; затаивание (маскировка); игнорирование.

Тема 4: Коммуникативные технологии в формировании имиджа политика и в электоральных процессах

Формирование имиджа политика. Понятие, функции, структура имиджа политика (персональные, социальные, символические компоненты; внешний вид, «телесный» имидж, голос и речь, внешний вид). Типологии имиджа (корпоративный и индивидуальный; объективный, субъективный и моделируемый; харизматический; закрытый; позитивный и негативный имидж; естественный и искусственный; когнитивный и эмоциональный. Технологический аспект PR к формированию имиджа политика. Основные стадии построения политического имиджа (определение требований аудитории, формулировка характеристик имиджа, перевод характеристик в контексты (визуальный, вербальный).Имиджевая стратегия и её вариантов; создание перфомансов; имиджевая легенда. .Позиционирование объекта; возвышение имиджа; антиреклама (или снижение имиджа); отстройка от конкурентов; контрреклама. Позиционирование, манипулирование, мифологизация, эмоционализация, формат и вербализация имиджа политика. Психологические технологии создания образа политика (привлечения и удержания внимания аудитории; формирования установки на доверие (недоверие) со стороны аудитории; использование психологических особенностей отдельных социальных групп; использование общих особенностей восприятия; использование специфических навыков коммуникации (нейролингвистическое программирование, трансактный анализ, внушение, метод когнитивного диссонанса). Организация коммуникаций политика (участие в телевизионных программах, интервью для новостных передач на программные темы, пресс-конференции, привлечение известных лиц, которые могут прокомментировать выступление политика, публикация статей, организация «откликов» на публикации и выступления).

Электоральная PR-коммуникация как разновидность политической коммуникации. Составные элементы электоральной PR-технологии. Стратегический PR-подход (определение групп интересов и целей PR-субъекта) - социально-экономический, политический, имиджевый. Политическая PR-модель (неструктурированная, рыночная, административно-командная, организационно-партийная, комплексная). Информационные электоральные PR-модели (стратегия рывка, стратегия быстрого финала, стратегия гребенки, крейсерская стратегия). Приемы (создание имиджа победителя / аутсайдера, формирование ложной популярности, затягивание переговоров, искусственное столкновение партий с помощью подставных лиц, создание ситуации «выбор без выбора», чрезмерный позитив). Принципы информационной подачи (давление авторитета, утвердительные заявления, «победившая сторона», модальность,

обращение к ценностям, положительно окрашенные высказывания, встраивание в положительный образ, создание образа «такой же, как все», «наименьшее зло», упрощенная интерпретация проблемы, создание иллюзии неодобрения, негативно окрашенные непрямые высказывания, перенос неодобрения и негативного образа, наклеивание ярлыков, опережающее использование их затруднительного вопроса или проблемы, заострение внимания, имитационная дезинформация, прямое опровержение, игнорирование, отвлекающая пропаганда).

Тема 5: Технологии политической коммуникации в условиях информационного общества

Информационное общество (И. Масуда), признаки. Теории информационного общества (Э. Гидденс, Ю. Хабермас, Д. Белл, П. Друкер, М. Кастельс, Ф. Уэбстер, Э. Тоффлер, А. Кинг, А. Турен, М. Маклюэн и др.). Ж. Бодрийяр о симулякрах и симуляциях. Особенности интернет-коммуникации (структурированность аудитории; «горизонтальность» коммуникации; пользовательская генерация контента; влияние пользовательских оценок на восприятие сообщений; экстерриториальность; высокий мобилизационный потенциал; влияние Интернета на традиционное политическое коммуникационное пространство; новое качество, объемы информации; интерактивность).

Современные тенденции социодинамики политических коммуникаций: 1. использование новых информационных технологий (электронная демократия (система электронного голосования; взаимодействие органов власти с населением и институтами гражданского общества (электронное правительство, электронный муниципалитет); сетевая коммуникация граждан с политическими партиями, негосударственными и неправительственными объединениями (интернет-приемные, интернет-форумы); 2. модернизация политических коммуникаций (компьютеро-опосредованные политические коммуникации (computer-mediated communication), их модели (обращение граждан в интернет-приемную, подача инициативы на голосование на сайте Российской общественной инициативы), действия, направленные на поиск нужной информации в Интернете посредством специальных сервисов; взаимодействие со случайным получателем либо без него; 3. медиатизация политических коммуникаций, ее признаки (выстраивание политического процесса по правилам драматургии; мгновенная реакция политических деятелей на события; действия политиков, расходящиеся с тем, в чем они убеждают своих избирателей посредством СМИ); односторонняя и двусторонняя коммуникации в медийном поле; 4. увеличение роли социальных медиа, их принципы (соучастие многих ради общей цели; прозрачность, открытость, доступность информации; независимость, свобода участников; постоянство; минимизация личного пространства; отсутствие пространственных ограничений; оперативность; платформы (интернет-форумы, блоги и микроблоги, подкасты, вики, социальные сети и др.); 5. усиление контроля над политической коммуникацией в Интернете со стороны государства; 6. рекламизация политических коммуникаций; 7. маркетингизация политических коммуникаций; 8. усиление значимости элементов агитации и пропаганды.

Технологии формирования информированного и активного гражданина (от модели один-ко-многим» к модели «многие-ко-многим»): «Электронное правительство» (коммуникация между государственными институтами (government to government), коммуникация между госаппаратом и бизнес-структурами (government to business), коммуникация между государственными институтами и общественностью (government to citizen)), Портал государственных услуг РФ, интерактивные видеоконференции главы государства (с участием представителей власти, с гражданами), прямое общение первых лиц государства с народом («Телемост»), создание и ведение блогов в сети Интернет, личные аккаунты в социальных сетях, создание тем, подкастинг, вебинары, веб-трансляции и др.

Киберсимулякры как технология конструирования когнитивных схем переосмысления общественно-политических процессов. Функции киберсимулякров (симуляция общественно-политических событий, не происходивших в действительности; конструирование и внедрение в общественное сознание специфических поведенческих моделей протестной активности; управление массовыми стереотипами восприятия и оценки социально-политической реальности; мобилизация политически активных общественных групп из сетевого пространства в офлайн-пространство для осуществления протестной деятельности; разрушение либо трансформация традиционных национальных ценностно-смысловых и символических пространств, конструирование и внедрение в общественное сознание альтернативных ценностных и смысловых моделей; компрометация национальных лидеров и представителей политических элит; конструирование информационной повестки дня для сетевых пользователей посредством вброса искусственных общественно значимых информационных поводов; организация общественного давления со стороны симулированного большинства на национальные государственные и политические институты; симуляция ситуации политической нестабильности, нагнетание социальной напряженности и общественного недовольства политической ситуацией в стране; имитация широкой общественной поддержки либо неприятия участников политического процесса),

Проблема информационной безопасности в современных общественно-политических условиях.

4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся является особой формой организации учебного процесса, представляющая собой планируемую, познавательно, организационно и методически направляемую деятельность магистрантов, ориентированную на достижение конкретного результата, осуществляемую без прямой помощи преподавателя. Самостоятельная работа обучающихся является составной частью учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний и навыков, поиск и приобретение новых знаний, а также выполнение учебных заданий, подготовку к предстоящим занятиям и зачету. Она предусматривает, как правило, разработку рефератов, написание докладов, выполнение творческих, индивидуальных заданий в соответствии с учебной программой (тематическим планом изучения дисциплины). Тема для такого выступления может быть предложена преподавателем или избрана самим магистрантом, но материал выступления не должен дублировать лекционный материал. Реферативный материал служит дополнительной информацией для работы на практических занятиях. Основная цель данного вида работы состоит в обучении студентов методам самостоятельной работы с учебным материалом. Для полноты усвоения тем, вынесенных в практические занятия, требуется работа с первоисточниками. Курс предусматривает самостоятельную работу обучающихся со специальной литературой. Следует отметить, что самостоятельная работа обучающихся результативна лишь тогда, когда она выполняется систематически, планомерно и целенаправленно.

Задания для самостоятельной работы предусматривают использование необходимых терминов и понятий по проблематике курса. Они нацеливают на практическую работу по применению изучаемого материала, поиск библиографического материала и электронных источников информации, иллюстративных материалов. Задания по самостоятельной работе даются по темам, которые требуют дополнительной проработки.

Общий объем самостоятельной работы магистрантов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу обучающихся в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме подготовкитеоретических вопросов семинарского занятия, анализа технологий политической коммуникации (по материалам СМК) с использованием презентаций.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

- разработки докладов по вопросам занятий с использованием презентаций;
- разработки анализа технологий политической коммуникации (по материалам СМК) с использованием презентаций;
- подготовки к экзамену.

Примерные темы для анализа технологий социальных (политических) коммуникаций (на примере материалов СМК)

№ п/п	Темы для анализа
1.	Технологии формирования имиджа региона.
2.	Образ политического лидера партии в СМИ.
3.	Технологии формирования фобий (паник) в СМИ.
4.	Технологии использования социальных стереотипов в СМИ.
5.	Технологии современной пропаганды.
6.	Гармонизация социальных отношений средствами социальных коммуникаций.
7.	Технологииконструирования ценностей в текстах СМК.
8.	Технологии формирования бренда политика.
9.	Технологии формирования доверия политикам.
10.	Технологии формирования недоверия политикам.
11.	Манипуляции в текстах СМК.
12.	Манипуляции (манипулирование) общественным мнением.
13.	Управление общественным мнением средствами технологий политических коммуникаций.
14.	Социально-психологическое воздействие на общественное мнение.
15.	Технологии политических коммуникаций (интернет-технологии) в условиях социального протеста.
16.	Технологии политических коммуникаций (интернет-технологии) в условиях социальных кризисов.
17.	Технологии политических коммуникаций (интернет-технологии) в урегулировании конфликтов граждан с чиновниками.
18.	Политический юмор в конструировании образа политика.
19.	Возможности изменения имиджа политика средствами технологий политических коммуникаций.
20.	Интернет-коммуникации как инструмент формирования имиджа главы государства (региона, города).
21.	Использование немедийных политических коммуникаций в формировании имиджа политика.
22.	Использование немедийных политических коммуникаций в предвыборной кампании.
23.	Конструирования ценностей в текстах СМК.

5. Примерные оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Организация и проведение аттестации магистрантов

Аттестация магистрантов ориентирована на формирование у обучающихся комплекса теоретических знаний, а также компетенций в виде динамического набора знаний, умений, навыков и личностных качеств, которые позволят выпускнику стать конкурентоспособным на рынке труда и успешно профессионально реализовываться.

В процессе оценки магистрантов используются как традиционные, так и инновационные типы, виды и формы контроля. При этом традиционные средства совершенствуются в русле компетентностного подхода, а инновационные средства адаптированы для повсеместного применения в российской вузовской практике.

Цель проведения аттестации – проверка освоения образовательной программы дисциплины через сформированность образовательных результатов.

Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра и завершает изучение дисциплины; помогает оценить крупные совокупности знаний и умений, формирование определенных компетенций.

Оценочными средствами текущего оценивания являются: выступления на семинаре, участие в обсуждении проблемных вопросов семинара, защита программы и инструментария исследовательского проекта социально-политических процессов (на примере региональных и муниципальных социально-политических процессов) с использованием презентаций, контрольные работы по теоретическим вопросам дисциплины и т.п. Контроль усвоения материала ведется регулярно в течение всего курса на практических (семинарских) занятиях.

№ п/п	**СРЕДСТВА ОЦЕНИВАНИЯ,** используемые для текущего оценивания показателя формирования компетенции	Образовательные результаты дисциплины
	Оценочные средства текущей аттестации ОС-1 Выступления на семинаре ОС-2 Обсуждение вопросов по вопросам семинара, ОС-3 Анализ технологий политической коммуникации (по материалам СМК) с использованием презентаций.	ОР-1 - знает сущность, структурно-функциональные особенности, модели социально-коммуникативного процесса; ОР-2 – анализирует современные коммуникационные системы и технологии в современных социально-политических процессах; ОР-3 - знает технологии политической коммуникации в современных социально-политических процессах; ОР-4 –применяетзнанияо современных коммуникационных политических технологиях в академическом и профессиональном взаимодействии ОР-5 – знает многообразие теоретических подходов и моделей к коммуникационному процессу в политике; ОР-6
	Оценочные средства для промежуточной аттестации **Экзамен** ОС-4Экзаменв форме устного собеседования по вопросам.	

		– знает особенности развития политико-коммуникационных процессов и технологий в условиях современного информационного общества; ОР-7 - анализируеттехнологии политических коммуникаций с учетом разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия; ОР-8 - организует образовательную деятельность в процессе обучения социально-коммуникационным технологиям с учетом возрастных, психолого-физиологических особенностей и образовательных потребностей обучающихся.

Описание оценочных средств и необходимого оборудования (демонстрационного материала), а также процедуры и критерии оценивания индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения образовательной программы представлены в Фонде оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине «Технологии социальной (политической) коммуникации».

Материалы, используемые для текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине

Материалы для организации текущей аттестации представлены в п.5 программы.

Материалы, используемые для промежуточного контроля успеваемости обучающихся по дисциплине

ОС-4 Экзаменв форме устного собеседования по вопросам
Перечень вопросов к экзамену

1. Понятия: информация, общение, коммуникация, социальная коммуникация.
2. Основные элементы коммуникационного процесса, их характеристика.
3. Модели коммуникационного процесса (модель Лассуэлла).
4. Модели коммуникационного процесса (модель К. Шеннона-У. Уивера,модель М. де Флера).
5. Модели коммуникационного процесса (циркулярная (циклическая) модель коммуникации (У. Шрам, Ч. Осгуд), двухканальная модель речевой коммуникации (В.П. Морозов).
6. Модели коммуникационного процесса(модель двуступенчатой коммуникации (П. Лазарсфельд, Б. Барельсон, Г. Годэ)).
7. Массовая коммуникация: понятие, характеристики, свойства
8. Функции массовой коммуникации
9. Структура массовой коммуникации, общая характеристика элементов.
10. Этапы исследования возможностей воздействия массовой коммуникации.

11. Эффективность массовой коммуникации. Критерии эффективности деятельности СМК. Эффекты СМК, их проявления.

12. Политическая коммуникация: подходы к понятию.

13. Краткий экскурс развития политических коммуникаций за рубежом и в российской политической практике. Роль политической коммуникации в демократическом обществе.

14. Модели политической коммуникации (Системная модель Д. Истона).

15. Модели политической коммуникации (Функциональная модель Г. Алмонда).

16. Модели политической коммуникации (Кибернетическая модель К. Дойча).

17. Концепция мягкой силы («soft power») Дж. Ная.

18. Признаки политической коммуникации.Принципы политических коммуникаций.

19. Структура политической коммуникации

20. Уровни коммуникативных процессов (Дж. Томсон)

21. Основные функции политической коммуникации Содержание политической коммуникации.

22. Понятие «технология». Политическая коммуникация как политическая технология, как PR-технология.

23. Виды политических технологий.

24. Общественное мнение как обратная связь реализации политических коммуникаций: понятие, признаки, условия возникновения.

25. Функции общественного мнения. Структура общественного мнения

26. Стереотип как элемент общественного мнения: понятие, функции, виды.

27. СМК как инструмент манипулирования общественным мнением. Манипуляция: понятие, характеристики, функции.

28. Причины, обуславливающие манипулятивный характер СМК. Факторы, определяющих подверженность человека манипуляциям. Факторы, повышающие степень неадекватности, иллюзорности информационной среды.

29. Виды манипуляций в СМК. Манипулятивные технологии в СМК.

30. Манипуляции как угроза информационно-психологической безопасности личности. Формы защиты от манипулятивных воздействий СМК.

31. Формирование имиджа политика: понятие, функции, структура, типологии имиджа политика.

32. Основные стадии построения политического имиджа.

33. Психологические технологии создания образа политика.

34. Организация коммуникаций политика.

35. Электоральная PR-коммуникация как разновидность политической коммуникации. Составные элементы и типы электоральной PR-технологии.

36. Информационно-коммуникационные электоральные PR-модели и приемы.

37. Информационное общество: понятие, общие признаки.

38. Характеристики информационного общества в социологических теориях (Э. Гидденс, Д. Белл, П. Друкер, Ф. Уэбстер, А. Кинг, А. Турен).

39. Ю. Хабермас, М. Маклюэн, М. Кастельс,Э. Тоффлер об индустриальном обществе. Ж. Бодрийяр о симулякрах и симуляциях.

40. Особенности интернет-коммуникации.

41. Современные тенденции социодинамики политических коммуникаций.

42. Технологии формирования информированного и активного гражданина

43. Киберсимулякры как коммуникативная технология.

44. Проблема информационной безопасности в современных общественно-политических условиях.

Критерии оценивания знаний обучающихся по дисциплине

Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

		Посещение лекций	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Экзамен
3 семестр	Разбалловка по видам работ	2х2=4	8 х 1=8 Баллов	8 х 25 = 200 баллов	60 баллов
	Суммарный макс. балл	2х2=4	8 балловmax	208 баллов max	300 баллов max

Критерии оценивания работы обучающегося по итогам 3 семестра

Оценка	**Баллы (3 ЗЕ)**
«отлично»	271-300
«хорошо»	211-270
«удовлетворительно»	151-210
«неудовлетворительно»	150 и менее

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное изучение курса требует от обучающихся посещения занятий, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Подготовка к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям обучающийся должен изучить теоретический материал по теме занятия (использовать конспект лекций, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, при необходимости дополнить конспект, делая в нем соответствующие записи из литературных источников). В случае затруднений, возникающих при освоении теоретического материала, обучающемуся следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале практического занятия преподаватель знакомит обучающихся с темой, оглашает план проведения занятия, выдает задания. В течение отведенного времени на выполнение работы магистрант может обратиться к преподавателю за консультацией или разъяснениями. В конце занятия проводится прием выполненных заданий, собеседование смагистрантом.

Результаты выполнения практических зданий оцениваются в баллах, в соответствии с балльно-рейтинговой системой университета.

Планы практических занятий (семинаров)

Практическое занятие № 1

Раздел 1: Теоретические аспекты коммуникационного процесса

Тема 1: Основы теории социальной коммуникации

1. Понятия: информация, общение, коммуникация, социальная коммуникация.
2. Основные элементы коммуникационного процесса, их характеристика.
3. Модели коммуникационного процесса (Лассуэлла, К. Шеннона-У. Уивера,М. де Флера, циркулярная (циклическая) модель коммуникации (У. Шрам, Ч. Осгуд), двухканальная модель речевой коммуникации (В.П. Морозов), двуступенчатой коммуникации (П. Лазарсфельд, Б. Барельсон, Г. Годэ)).

Тема 2: Теоретические аспекты массово-коммуникационных процессов

1. Массовая коммуникация: понятие, характеристики, свойства, функции, структура.
2. Этапы исследования возможностей воздействия массовой коммуникации.

3. Эффективность массовой коммуникации. Критерии эффективности деятельности СМК. Эффекты СМК, их проявления.

Практическое занятие № 2

Раздел 2: Теоретические и технологические аспекты коммуникационных процессов в политике

Тема 1: Политическая коммуникация как вид социальных коммуникаций

1. Политическая коммуникация: подходы к понятию.

2. Краткий экскурс развития политических коммуникаций за рубежом и в российской политической практике. Роль политической коммуникации в демократическом обществе.

3. Модели политической коммуникации (Системная модель Д. Истона, Функциональная модель Г. Алмонда. Кибернетическая модель К. Дойча. Концепция мягкой силы («soft power») Дж. Ная).

4. Признаки политической коммуникации.Принципы политических коммуникаций.Структура политической коммуникации.

5. Уровни коммуникативных процессов (Дж. Томсон)

6. Основные функции политической коммуникации Содержание политической коммуникации.

Практическое занятие № 3

Тема 2: Технологические аспекты политической коммуникации

1. Понятие «технология».

2. Политическая коммуникация как политическая технология, как PR-технология.

3. Виды политических технологий.

Тема 3: Общественное мнение как обратная связь реализации политических коммуникаций

1. Общественное мнение как обратная связь реализации политических коммуникаций: понятие, признаки, условия возникновения.

2. Функции общественного мнения. Структура общественного мнения

3. Стереотип как элемент общественного мнения: понятие, функции, виды.

4. СМК как инструмент манипулирования общественным мнением. Манипуляция: понятие, характеристики, функции.

Практическое занятие № 4

Тема 3: Общественное мнение как обратная связь реализации политических коммуникаций

1. Причины, обуславливающие манипулятивный характер СМК. Факторы, определяющих подверженность человека манипуляциям. Факторы, повышающие степень неадекватности, иллюзорности информационной среды.

2. Виды манипуляций в СМК. Манипулятивные технологии в СМК.

3. Манипуляции как угроза информационно-психологической безопасности личности. Формы защиты от манипулятивных воздействий СМК.

4. Анализ технологий политических коммуникаций в СМК.

Практическое занятие № 5

1. Анализ технологий политических коммуникаций в СМК.

Тема 4: Коммуникативные технологии в формировании имиджа политика и в электоральных процессах

1. Формирование имиджа политика: понятие, функции, структура, типологии имиджа политика.

2. Основные стадии построения политического имиджа.

3. Психологические технологии создания образа политика.
4. Организация коммуникаций политика.

Практическое занятие № 6

Тема 4: Коммуникативные технологии в формировании имиджа политика и в электоральных процессах

1. Электоральная PR-коммуникация как разновидность политической коммуникации. Составные элементы и типы электоральной PR-технологии.
2. Информационно-коммуникационные электоральные PR-модели и приемы.
3. Анализ коммуникативных технологий в формировании имиджа политика и в электоральных процессах.

Практическое занятие № 7

1. Анализ коммуникативных технологий в формировании имиджа политика и в электоральных процессах.

Тема 5: Технологии политической коммуникации в условиях информационного общества

1. Информационное общество: понятие, общие признаки.
2. Характеристики информационного общества в социологических теориях (Э. Гидденс, Д. Белл, П. Друкер, Ф. Уэбстер, А. Кинг, А. Турен, Ю. Хабермас, М. Маклюэн, М. Кастельс,Э. Тоффлер. Ж. Бодрийяр о симулякрах и симуляциях.).
3. Особенности интернет-коммуникации.
4. Современные тенденции социодинамики политических коммуникаций.

Практическое занятие № 8

Тема 5: Технологии политической коммуникации в условиях информационного общества

1. Технологии формирования информированного и активного гражданина
2. Киберсимулякры как коммуникативная технология.
3. Проблема информационной безопасности в современных общественно-политических условиях.
4. Анализ коммуникативных интернет-технологий в сфере политики.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, Интернет-ресурсов, необходимых для освоения дисциплины

Основная литература

1. Коротец, И. Д. Политическая риторика : учебник / И. Д. Коротец ; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2017. — 202 с. - (Электронный ресурс. - Режим доступа: по подписке. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1021539).

2. Шарков, Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 406 с. (Электронный ресурс. - – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684410).

Дополнительная литература

1. Коммуникативные технологии в информационном обществе : практикум / сост. Е. А. Сергодеева, М. Т. Асланова, Е. В. Сапрыкина. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2016. – 106 с. – (Электронный ресурс. - Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=466994).

2. Кастельс, М. Власть коммуникации=Communication Power : учебное пособие : [16+] / М. Кастельс ; под науч. ред. А. И. Черных ; пер. с англ. Н. М. Тылевич, А. А. Архиповой. – 3-е изд. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 592 с. : ил. – (Переводные учебники ВШЭ). – (Электронный ресурс. - Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600848).

3. Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебное пособие : [16+] / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева ; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова. – Москва : Московский Государственный Университет, 2013. – 302 с. : ил. – (Библиотека факультета политологии МГУ). – (Электронный ресурс. - Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=595260).

4. Гаврилова, М. В. Политическая коммуникация XX века : учебное пособие / М. В. Гаврилова. – Санкт-Петербург : Невский институт языка и культуры, 2008. – 92 с. – (Электронный ресурс. - Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=137744).

5. Сергеева, З. Н. Технологии социального манипулирования / З. Н. Сергеева ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 270 с. – (Монографии НГТУ). – (Электронный ресурс. - Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575032).

Интернет-ресурсы

1. Сервер органов государственной власти России / http://www.gov.ru/
2. Президент России / http://президент.рф/
3. Портал Российской ассоциации политической науки - РАПН / http://rapn.ru
4. Научный портал факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова / http://schola.su/
5. Философский портал Philosophy.ru, раздел «Социальная и политическая философия» / http://www.philosophy.ru/lib/soc/
6. Электронная библиотека учебной и научной литературы Русского гуманитарного Интернет-Университета / http://www.i-u.ru/biblio/
7. Портал социально-гуманитарное и политологическое образование РУДН, раздел «Политические науки» / http://www.humanities.edu.ru/db/sect/258
8. Сайт журнала Полис / http://www.politstudies.ru/vm/vm3/3-5.htm
9. Сетевой портал журнала «Полис» / http://www.polisportal.ru/index.php?page_id=56
10. Сайт журнала ПОЛИТЭКС / http://www.politex.info/
11. Аналитический центр Юрия Левады / http://www.levada.ru/
12. Всероссийский центр изучения общественного мнения / http://wciom.ru/
13. Федеральная служба государственной статистики / http://www.gks.ru
14. Фонд «Общественное мнение» / http://fom.ru/
15. База данных ФОМ / http://bd.fom.ru/
16. Электронная библиотека ГУМЕР – гуманитарные науки / http://www.gumer.info/
17. Электронная библиотека Ихтика / http://ihtik.lib.ru/lib_ru_sociology_21sept2007.html
18. Электронная библиотека Михаила Грачева / http://grachev62.narod.ru/catalog.htm
19. Интернет-проект «Философская антропология» / http://anthropology.ru/ru/texts/index.html
20. Библиотека Института философии РАН / http://www.philosophy.ru/
21. Social Sciences Research Network / http://www.ssrn.com
22. База данных Международной ассоциации политической науки - IPSA Portal / http://ipsaportal.unina.it/
23. Журнал «Общественные науки и современность» - http://www.ecsocman.edu.ru/ons
24. Журнал «Свободная мысль» - http://www.presscafe.ru/index.cfm
25. Журнал «Эксперт» - http://www.expert.ru

26. Журнал «Социологические исследования». – http://socis.isras.ru.
27. Сайт Института социологии Российской Академии наук. – http://www.isras.ru.
28. Сайт «Социология». – http://www.social.narod.ru.
29. Виртуальная социологическая библиотека зарубежных и социологических ссылок –http://www.nir.ru/socio/content/vsb.htm
30. Ционет: информационное пространство по общественным наукам – http://socionet.ru/
31. Российская Государственная Библиотека - http://www.rsl.ru/
32. Библиотека Академии Наук - http://www.neva.ru/
33. Научная электронная библиотека - http://cyberleninka.ru/