

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
Смоленский государственный университет

Кафедра социологии, философии и работы с молодежью

«Утверждаю»  
Проректор по учебно-методической работе  
\_\_\_\_\_ Устименко Ю.А.

«16» июня 2022 г.

### **Рабочая программа дисциплины**

#### **Б1.В.07 Политические коммуникации**

Направление подготовки: 39.03.01 Социология

Профиль: Социологическое сопровождение в политике и экономике

Форма обучения - заочное

Курс – 4

Семестр – 7

Всего зачетных единиц -3; часов – 144

Форма отчетности: экзамен – 7 семестр

Программу разработал

канд. филос. наук, доцент Кажанов О.А.

Одобрена на заседании кафедры социологии, философии и работы с молодежью  
«9» июня 2022 г., протокол № 8

И.о.заведующего кафедрой \_\_\_\_\_ Ивенкова О.А.

Смоленск  
2022

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Б1.В.07 «Политические коммуникации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 ОП по направлению подготовки 39.03.01 Социология. Изучение дисциплины должно быть связано с такими дисциплинами, как «Социология коммуникаций», «Политическая социология», «Культура речи и основы коммуникации в поликультурной среде», «Методы политических исследований», «Электоральная социология». Освоение данной дисциплины необходимо для последующего изучения таких дисциплин как «Политический менеджмент», «Политика и религия», «Проектная деятельность в экономике и политике», «Социология общественного мнения» а также прохождения практики Б2.0.01(П) Проектно-технологическая практика и Б2.0.02(П) Научно-исследовательская работа.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индикаторы достижения
<p><b>УК-3.</b> Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p><b>Знать:</b> закономерности и принципы командообразования; методы построения команды; специфику эффективного взаимодействия в группе и командной работе; факторы, влияющие на эффективность командной и групповой работы; основы теории лидерства; основы управления поведением персонала.</p> <p><b>Уметь:</b> планировать свою работу в команде; реализовывать свою роль в команде; осуществлять социальное взаимодействие.</p> <p><b>Владеть:</b> методами анализа командных ролей и построения команды; навыками работы в команде; навыками социального взаимодействия; навыками реализации своей роли в команде; навыками использования основ управления поведением персонала</p>
<p><b>ПК-4.</b> Способен выделять, систематизировать и интерпретировать содержательно значимые эмпирические данные из потоков информации, а также смысловые конструкции в оригинальных текстах и источниках по профилю деятельности</p>	<p><b>Знать:</b> методы анализа и интерпретации эмпирических данных; методы анализа и интерпретации смысловых конструкций в оригинальных текстах и источниках.</p> <p><b>Уметь:</b> выделять, систематизировать и интерпретировать содержательно значимые эмпирические данные из потоков информации, а также смысловые конструкции в оригинальных текстах и источниках по профилю деятельности.</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа эмпирических</p>

	данных в потоках информации, смысловых конструкций в оригинальных текстах и источниках по профилю деятельности.
--	---

### 3. Содержание дисциплины

**Тема 1. Политические коммуникации: сущность и функции.** Информационно-коммуникативные процессы в сфере политики. Политическая информация как предпосылка, условие и ресурс эффективного взаимодействия в политической сфере. Информационные и коммуникативные процессы: общее и особенное. Единицы политических коммуникаций. Основные теории политических коммуникаций. Сущность и специфика политических коммуникаций. Уровни информационно-коммуникативных процессов. Типологии политических коммуникаций.

**Тема 2. Информационно-коммуникативные поля и системы в пространстве политики.** Понятие «информационно-коммуникативное поле». Исторические формы информационно-коммуникативных полей. Формы становления медиакратии. Понятие «информационно-коммуникативная система» (ИКС). Типологии ИКС. Особенности государственной ИКС. Современная международная ИКС: принципы организации и направления развития. Политические противоречия в международной ИКС.

**Тема 3. Массовая информационно-коммуникативная политическая система.** Сущность, отличительные черты и структура массовой информационно-коммуникативной политической системы. СМИ в системе массовой коммуникации. Структура СМИ. Функции СМИ. Эффективность деятельности СМИ. Проблемы в деятельности современных СМИ. Общественное мнение: сущность, отличительные черты, структура и функции. Формирование общественного мнения.

**Тема 4. Немаркетинговые способы организации политического дискурса.** Маркетинговые и немаркетинговые коммуникации. Сущность и функции политической пропаганды. Особенности пропагандистских информационных технологий. Агитация.

**Тема 5. Маркетинговые способы организации политического дискурса.** Политический рынок. Политический имиджмейкинг. Политический пиар.

**Тема 6. Политическая реклама и информационный лоббизм.** Политическая реклама. Процесс производства рекламной продукции в политике. Информационный лоббизм.

**Тема 7. Синтетические способы организации политической коммуникации.** Смеховая коммуникация. Кризисная коммуникация.

**Тема 8. Государственная информационная политика.** Понятие государственной информационной политики. Отношение государства с медиаструктурами. Типологические особенности государственной информационной политики.

**Тема 9. Политика государства в области информационной безопасности.** Особенности государственной политики в области информационной безопасности. Моделирование государственной политики в области информационной безопасности.

**Тема 10. Информационные кампании.** Понятие информационной кампании. Модель информационной кампании. Информационные войны.

**Тема 11. Интернет в политике.** Политический генезис Интернета. Политическая роль интернет-технологий. Электронное правительство.

**Тема 12. Современные технические и технологические средства обеспечения информационного взаимодействия в политической сфере.** Возникновение интернет-технологий. Коммуникационный потенциал Интернета.

**Тема 13. Технологии и технические средства обеспечения информационной безопасности.** Правовые технологии обеспечения информационной безопасности. Административные технологии обеспечения информационной безопасности. Процедурные технологии обеспечения информационной безопасности. Криптографические технологии обеспечения информационной безопасности.

#### 4. Тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Формы занятий (в соответствии с учебным планом)			
		Всего	Лекции	Практич еские занятия	Самостоят. работа
1	Политические коммуникации: сущность и функции	11	2		9
2	Информационно-коммуникативные поля и системы в пространстве политики	11		2	9
3	Массовая информационно-коммуникативная политическая система	11	2		9
4	Немаркетинговые способы организации политического дискурса	10		2	8
5	Маркетинговые способы организации политического дискурса	10		2	8
6	Политическая реклама и информационный лоббизм	11	2		9
7	Синтетические способы организации политической коммуникации	9			9
8	Государственная информационная политика	11		2	9
9	Политика государства в области информационной безопасности.	10		2	8
10	Информационные кампании	10	2		8
11	Интернет в политике	11		2	9
12	Современные технические и технологические средства обеспечения информационного взаимодействия в политической сфере	11	2		9
13	Технологии и технические средства обеспечения информационной безопасности	9			9
	Подготовка к экзамену	9			9
	<b>Итого:</b>	<b>144</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>113+9</b>

## **5. Виды образовательной деятельности** *Занятия лекционного типа*

### **Лекция 1. Политические коммуникации: сущность и функции**

1. Информационно-коммуникативные процессы в сфере политики.
2. Основные теории политических коммуникаций.
3. Уровни информационно-коммуникативных процессов.

### **Лекция 2. Массовая информационно-коммуникативная политическая система.**

1. Сущность и отличительные черты массовой информационно-коммуникативной политической системы.
2. Политические функции СМИ.
3. Общественное мнение.

### **Лекция 3. Политическая реклама и информационный лоббизм.**

1. Политическая реклама.
2. Процесс производства рекламной продукции в политике.
3. Информационный лоббизм.

### **Лекция 4. Информационные кампании.**

1. Понятие информационной кампании.
2. Модель информационной кампании.
3. Информационные войны.

### **Лекция 5. Современные технические и технологические средства обеспечения информационного взаимодействия в политической сфере.**

1. Возникновение Интернет-технологий.
2. Коммуникативный потенциал Интернета.

## *Занятия семинарского типа*

### **Практическое занятие 1. Информационно-коммуникативные поля и системы в пространстве политики**

#### *Вопросы для обсуждения*

1. Сущность и типология информационно-коммуникативных политических полей.
2. Исторические формы информационно-коммуникативных пространств и полей.
3. Информационно-коммуникативные системы.

#### *Задания для практических работ*

Задание 1. Ответьте на вопрос, каковы информационно-коммуникативные поля в системе пространства политики? Дайте краткую характеристику каждому из них.

Задание 2. Прокомментируйте следующее высказывание: «Политическая коммуникация для политической системы – это то же, кровообращение для организма человека» (Р.-Ж. Шварценберг, французский политолог XX в.)..

### **Практическое занятие 2. Немаркетинговые способы организации политического дискурса**

### *Вопросы для обсуждения*

1. Сущность и функции политической пропаганды.
2. Особенности пропагандистских информационных технологий.
3. Агитация.

### *Задания для практических работ*

Задание 1. Попробуйте определить судьбу немаркетинговых способов организации политического дискурса в информационную эпоху?

Задание 2. Охарактеризуйте специфику агитационно-пропагандистской деятельности в современной России?

## **Практическое занятие 3. Маркетинговые способы организации политического дискурса**

### *Вопросы для обсуждения*

1. Политический рынок.
2. Политический имиджмейкинг.
3. Политический пиар.

### *Задания для практических работ*

Задание 1. Объясните, в чем отличие складывающегося в российском обществе политического рынка?

Задание 2. Почему имидж является самым эффективным средством установления массовых коммуникаций?

## **Практическое занятие 4. Государственная информационная политика**

### *Вопросы для обсуждения*

1. Понятие государственной информационной политики.
2. Отношения государства с медиаструктурами.
3. Типологические особенности государственной информационной политики.

### *Задания для практических работ*

Задание 1. Каковы отличительные черты информационной политики российского государства в современный период?

Задание 2. Какое влияние на информационную политику государства оказывают глобальные коммуникации?

## **Практическое занятие 5. Политика государства в области информационной безопасности**

### *Вопросы для обсуждения*

1. Особенности государственной политики в области информационной безопасности.
2. Моделирование государственной политики в области информационной безопасности.

### *Задания для практических работ*

Задание 1. Существуют ли основания для критического отношения к концепции информационной безопасности России? Если, да, то, в чем они выражаются?

Задание 2. Какие направления обеспечения информационной безопасности нашей страны, по-вашему, наиболее перспективны?

## **Практическое занятие 6. Интернет в политике**

### *Вопросы для обсуждения*

1. Политический генезис Интернета.
2. Политическая роль интернет-технологий.
3. Электронное правительство.

### *Задания для практических работ*

Задание 1. Какие возможности для ведения политики, на ваш взгляд, открыл Интернет и какие сложности он создал для организации власти?

Задание 2. Что препятствует интенсивному становлению в российском государстве форм и механизмов «электронного правительства»?

### *Самостоятельная работа*

#### **Тема 1. Политические коммуникации: сущность и функции**

Выполните следующие учебные задания

Задание 1. Выделите базовые для политической сферы информационно-коммуникативные системы и охарактеризуйте каждую из них.

Задание 2. Раскройте содержание формальных и неформальных средств политической коммуникации. Какие из них наиболее востребованы в российской политике?

#### **Тема 2. Информационно-коммуникативные поля и системы в пространстве политики.**

Выполните следующие учебные задания

Задание 1. Назовите основания, по которым строится классификация информационно-коммуникативных систем в политической сфере.

#### **Тема 3. Массовая информационно-коммуникативная политическая система**

Выполните следующие учебные задания

Задание 1. Как функционируют в обществе средства массовой коммуникации? Сравните между собой коммуникационное воздействие радио, телевидения и печати в политической системе.

Задание 2. Прокомментируйте следующее высказывание «Пресса не может заставить людей думать определенным образом, но может указать своим читателям, о чем думать» (Б. Коэн, американский политолог, социолог XX в.).

#### **Тема 4. Немаркетинговые способы организации политического дискурса**

Выполните следующие учебные задания

Задание 1. Какова судьба немаркетинговых способов организации политического дискурса в информационную эпоху?

Задание 2. В чем специфика агитационно-пропагандистской деятельности в современной России?

#### **Тема 5. Маркетинговые способы организации политического дискурса**

Выполните следующие учебные задания

Задание 1. В чем отличия складывающегося в российском обществе политического рынка?

Задание 2. Почему имидж является самым эффективным средством

установления массовых коммуникаций?

## **Тема 6. Политическая реклама и информационный лоббизм**

Выполните следующие учебные задания

Задание 1. "Реклама в печатных СМИ". Интернет в политике

Задание предусматривает анализ рекламных материалов любого печатного издания (газета, журнал) по выбору студента. Оно включает в себя выполнение следующих заданий: 1. анализ общего объема рекламы в номере (в процентах от общей площади); 2. подсчет соотношения доли различных видов рекламы (потребительская отдельных видов товаров, инвестиционная, имиджевая, и т.д.) в общем объеме рекламы, принятой за 100%); 3. характеристика различных видов рекламы в номере (информационная насыщенность, изобразительный ряд); 4 выявление зависимости рекламы, опубликованной в анализируемом номере, от типологических характеристик издания.

## **Тема 7. Синтетические способы организации политической коммуникации**

Выполните следующие учебные задания

Задание 1. В чем особенность применения смеховой коммуникации в условиях современного российского общества?

Задание 2. Существуют ли какие-либо ограничения для применения информационных технологий кризисной коммуникации?

## **Тема 8. Государственная информационная политика**

Выполните следующие учебные задания

Задание 1. Какое влияние на информационную политику государства оказывают глобальные коммуникации?

Задание 2. Каковы отличительные черты информационной политики российского государства в современный период ?

## **Тема 9. Политика государства в области информационной безопасности.**

Выполните следующие учебные задания

Задание 1. Каковы, на Ваш взгляд, наиболее существенные угрозы для информационной безопасности России?

Задание 2. Какие направления обеспечения информационной безопасности нашей страны, по-вашему, наиболее перспективны?

## **Тема 10. Информационные кампании**

Выполните следующие учебные задания

Задание 1. Как оценить эффективность и результативность информационных кампаний?

Задание 2. Проанализируйте причины и последствия информационных Войн в российской политике в современный период.

## **Тема 11. Интернет в политике**

Выполните следующие учебные задания



Задание 1. Проведите сравнительный анализ традиционных средств массовой информации и онлайн-ресурсов. Покажите особенности современных онлайн СМИ в аспекте возможностей их использования для осуществления политических коммуникаций;

Задание 2. Назовите основные тенденции в развитии конвенционального политического участия, связанные с использованием Интернет- коммуникации.

## **Тема 12. Современные технические и технологические средства обеспечения информационного взаимодействия в политической сфере**

Выполните следующие учебные задания

Задание 1. Проанализируйте и сравните природу, особенности, социально-политические последствия исторических революций в области информационных и коммуникационных технологий: от изобретения письменности, печатного станка до радио, телевидения и интернета.

Задание 2. Обоснуйте отличие «сетевой» коммуникации от массового коммуникативного процесса.

## **Тема 13. Технологии и технические средства обеспечения информационной безопасности**

Выполните следующие учебные задания

Задание 1. Организуйте симуляционную игру по методу «на следующий день»: в качестве руководителей государственных ведомств, отвечающих за безопасность и стабильность в городе, вы сталкиваетесь с угрозами «кибер-террористов» парализовать жизнь в многомиллионном мегаполисе. Какой комплекс мер следовало бы реализовать в такой ситуации, на какие объекты обратить особое внимание

## **6. Критерии оценивания результатов освоения дисциплины (модуля)**

### ***6.1. Оценочные средства и критерии оценивания для текущей аттестации***

Формы текущего контроля по дисциплине «Политические коммуникации»

#### **1. Проведение терминологического диктанта**

**Задания для терминологического диктанта**

*Вариант 1*

Дайте определение следующим категориям и понятиям:

«коммуникация», «политические коммуникации», «текст», «информация», «массовая коммуникация», «информационно-коммуникативный процесс»

*Вариант 2*

Дайте определение следующим категориям и понятиям:

«медиакратия», «информационно-коммуникативное поле», «информационное общество», «информационно-коммуникативная система», «артикуляция», «информационный трафик».

*Вариант 3*

Дайте определение следующим категориям и понятиям:

«массовая информационно-коммуникативная система», «средства массовой информации», «общественное мнение», «объект общественного мнения», «массовая информация», «гражданское общество»

#### *Вариант 4*

Дайте определение следующим категориям и понятиям:

«маркетинговые коммуникации», «немаркетинговые коммуникации», «политическая пропаганда», «политические технологии», «агитация», «реципиент»

#### *Вариант 5*

Дайте определение следующим категориям и понятиям:

«политический рынок», «политический имидж», «политический бренд», «политический пиар», «государственный пиар», «политическая реклама».

#### ***Шкала оценивания терминологического диктанта***

Терминологический диктант оценивается по пятибалльной шкале. Правильность определения каждого из понятий терминологического диктанта оценивается дихотомически. Индивидуальный балл обучающегося определяется путем суммирования верно выполненных заданий.

90-100% выполненных заданий - отлично

70-80% выполненных заданий - хорошо

50-60% выполненных заданий - удовлетворительно

Менее 50% выполненных заданий - неудовлетворительно

Компетенции оцениваются как недостаточно сформированные при значении менее 50%.

## **2. Тестовые вопросы по дисциплине «Политические коммуникации»**

### **Вариант 1**

**1.** В книге К. Дойча «Нервы управления: модели политической коммуникации и контроля» рассматривается:

а) политическая система как совокупность информационных потоков и специфической сети коммуникации

б) политическая система как «чёрный ящик», на «входе» в который поддержка и требования, а на «выходе» – решения и действия

**2.** В соответствии с каким из 4-х аспектов политической коммуникации, который выделяет Р.-Ж. Шварценберг, коммуникативные системы можно разделить на монологические и диалогические:

а) гомогенность передаваемой информации

б) мобильность передачи информации

в) объём передаваемой информации

**3.** К основным формам политической коммуникации, по Дойчу, относятся:

а) коммуникация через СМИ

б) коммуникация через организации, партии, группы давления

в) коммуникация через Интернет

г) коммуникация через неофициальные контакты, частные коммуникативные ситуации и действия

**4.** Понятие «чёрный пиар» подразумевает:

а) негативную информацию о политических конкурентах без указания истинных

источников информации

б) негативную информацию о политических конкурентах со ссылкой на Интернет

**5.** К технологиям нейролингвистического программирования можно отнести:

а) «якорение пикового опыта»

б) «ловушка для сознания»

в) «общий вагон»

**6.** К синтетическим формам политической коммуникации можно отнести:

а) политические анекдоты

б) политические слухи и сплетни

в) политический скандал

**7.** Понятие «политическая агитация» можно определить как:

а) распространение определённых мыслительных схем

б) непосредственное стимулирование поведенческой активности людей в определённом политическом направлении

**8.** В основе пропагандистских технологий, по мнению Д. Лиллекера, лежат три элемента :

а) риторика

б) миф

в) логика

г) символизм

**9.** К основным направлениям в деятельности электронного правительства относят:

а) разработку и внедрение стандартов электронного делопроизводства и документооборота

б) повышение эффективности взаимодействия органов государственной власти и коммерческих организаций

в) обеспечения контроля за деятельностью Интернет-провайдеров

г) обеспечение прав граждан на свободный поиск, получение информации, касающейся деятельности государственных органов

**10.** Понятие «средства массовой информации» Н. Луман определяет как:

а) общественные учреждения, которые используют для распространения сообщений технические множительные средства

б) как посредник между непрерывным потоком событий и широкой общественностью

## Вариант 2

**1.** Понятие «политическая коммуникация» можно определить как:

а) процесс передачи политической информации от политической к социальной системе посредством СМИ

б) процесс циркуляции политической информации между различными элементами политической системы, между политической и социальной системой

**2.** К синтетическим формам политической коммуникации можно отнести:

а) политические анекдоты

б) политические слухи и сплетни

в) политический скандал

3. К основным особенностям пропагандистских технологий следует отнести:

- а) рациональная насыщенность
- б) насыщенность символическим значением
- в) многократное тиражирование унифицированных оценочных реакций
- г) имплицативный эффект

4. Политическая технология «эксплуатация символического времени» подразумевает:

- а) использование значимых исторических событий с целью отвлечения внимания избирателей от современных проблем
- б) повышение или понижение значимости исторических событий с целью подтверждения правильности проводимой политики

5. Фонетический барьер между оратором и аудиторией может возникнуть вследствие:

- а) несоответствия между темпом речи и воспринимающей способностью аудитории
- б) наличие у оратора дефектов речи или иностранного акцента

6. Эффективность символической визуализация коммуникативного пространства заключается в том, что:

- а) визуальные символы легко тиражируются
- б) для визуальной символики не существенны различия в языке
- в) визуальные символы сами порождают контекст вокруг себя

7. Какой из перечисленных ниже принципов политической рекламы соответствует требованию неповторимости, обособленности от других вашего политического товара:

- а) символичность
- б) концептуальность
- в) персональность
- г) эксклюзивность
- д) доступность

8. Политическая технология «блокирование текстов» в рыночном обществе осуществляется посредством:

- а) манипулирования общественным мнением
- б) политической цензуры
- в) диктата потребителя

9. Тремя основными формами политической рекламы являются:

- а) пропагандистская
- б) негативная
- в) позитивная
- г) сравнительная

10. Понятие «лингвистическая депривация» можно определить как:

- а) исключение из политического лексикона отдельных понятий и терминов
- б) введение в политический лексикон таких терминов, которые закрепляли бы искусственно заданные смыслы и акценты в трактовке событий

**Критерии оценки результатов тестирования:**

Количество правильных ответов - оценка

0-4 – «неудовлетворительно»

5-6 – «удовлетворительно»

7-8 – «хорошо»

9-10 – «отлично»

Компетенции оцениваются как недостаточно сформированные при значении менее 5 баллов.

### **3. Реферат (эссе).**

Написание реферата (эссе) развивает способность работать с понятиями, способность к методологической рефлексии и к понятийному творчеству, чрезвычайно важные для успешной работы над магистерской диссертацией.

План реферата (эссе) должен содержать введение, основную часть, заключение.

Работа начинается с титульного листа, на котором указываются:

- название университета; название факультета; название кафедры,
- название темы и учебной дисциплины, по которой пишется реферат (эссе);
- фамилия, имя, отчество автора реферата; фамилия, имя, отчество, ученая степень и звание руководителя; год.

На первой странице работы приводится оглавление (с указанием страниц структурных частей, глав, параграфов), которое является планом работы. В тексте эссе все цитаты, цифровые данные обязательно должны сопровождаться сноской с указанием источника с полными выходными данными.

Во введении (2–3 страницы) отмечается актуальность темы, делается обзор литературы, раскрываются мотивы выбора темы и задачи работы.

Основная часть (10–15 страниц) включает изложение содержания темы, анализ и оценку различных точек зрения, обоснование позиции самого автора, связь с современностью и, по возможности, с вопросами образования, воспитания.

Заключение (2–3 страницы) содержит главные выводы из изложенного.

Далее приводится список литературы.

Общий объем эссе – 15–20 страниц машинописного текста через 1,5 интервала, кегль 14.

### ***Критерии оценки реферата, эссе***

Оценка за реферат, эссе выставляется по четырехбалльной системе:

«отлично» – выполнены все требования к написанию: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к оформлению;

«хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты; в частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.

«удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата.

«неудовлетворительно» – реферат выпускником не представлен; тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Компетенции оцениваются как недостаточно сформированные при значении менее 3 баллов.

*Примерная тематика рефератов (эссе)*

Понятие политической рекламы  
 Пропаганда и ее роль в современном политическом процессе  
 Новость как политико-коммуникативное событие.  
 Теория формирования «повестки дня».  
 Политическая мифология.  
 Символический характер политической коммуникации.  
 Политическое консультирование как профессия и бизнес.  
 Роль стереотипов в политических коммуникациях.  
 Пропагандистские приемы в политическом консультировании.  
 Манипулятивные техники в политических коммуникациях.  
 Политико-коммуникативные составляющие предвыборной кампании.  
 Особенности политико-коммуникативного процесса в России.  
 Модели политической коммуникации Ж.-М. Коттре и К. Сайнне.  
 Средства политической коммуникации.  
 Роль СМИ в процессе политической коммуникации.  
 Слухи как социально-психологическое и политическое явление.

#### 4. Самостоятельная работа.

Задания в разделе «Самостоятельная работа» предназначены для организации самостоятельной работы студентов с целью повышения уровня освоения дисциплины.

##### *Шкала оценивания заданий для самостоятельной работы*

Ответы на задания для самостоятельной работы должны быть полными, четкими, аргументированными, небольшими по объему. Проверяются на практических занятиях. Общая оценка за выполнение заданий в течение семестра выставляется на последнем занятии. *Ожидаемый результат:* формирование у обучающихся компетенций ОПК-2, ПК-2.

Правильно выполнены все задания. Выполненные задания отличаются глубиной проработки, развернутым изложением, высоким качеством аргументации, творческим подходом, высокой мотивацией к профессиональной деятельности.	5 баллов
Правильно выполнено более 50% заданий. Выполненные задания отличаются глубиной проработки, развернутым изложением, высоким качеством аргументации, творческим подходом, высокой мотивацией к профессиональной деятельности.	4 баллов
Правильно выполнено более 50-100% заданий. Выполненные задания носят формальный характер, отличаются поверхностной аргументацией, низкой мотивацией к профессиональной деятельности.	3 баллов
Правильно выполнено менее 50% заданий. Выполненные задания носят формальный характер, отличаются поверхностной аргументацией, низкой мотивацией к профессиональной деятельности.	0 баллов

Компетенции оцениваются как недостаточно сформированные при значении менее 3 баллов.

#### 6.2. Оценочные средства и критерии оценивания для промежуточной аттестации

Формой промежуточного контроля по дисциплине «Политическая социология» является экзамен, который проводится в письменной форме по билетам.

## Критерии оценивания экзаменационного ответа студента

Отметки **«Отлично»** заслуживает студент, обнаруживший глубокое понимание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную и ознакомившийся с дополнительной литературой, активно работавший на практических занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине. Ответ отличается точностью использованных терминов, материал излагается логично и последовательно.

Отметки **«Хорошо»** заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу, активно работавший на практических занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы.

Отметки **«Удовлетворительно»** заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы, не отличавшийся активностью на практических и занятиях, выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, однако допустивший погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене

Отметки **«Неудовлетворительно»** заслуживает студент, обнаруживший пробелы в знаниях или отсутствие знаний по значительной части учебно-программного материала, не выполнивший самостоятельно предусмотренные программой задания, не отработавший основные практические занятия, допускающий существенные ошибки при ответе, который не может продолжить обучение без дополнительных занятий по данной дисциплине.

### Вопросы к экзамену:

1. Информационно-коммуникативные процессы в сфере политики.
2. Основные теории политических коммуникаций.
3. Уровни информационно-коммуникативных процессов.
4. Информационно-коммуникативное поле: понятие, исторические формы.
5. Формы становления медиакратии.
6. Информационно-коммуникативная система ( ИКС): понятие, основные черты, типологии.
7. Современная международная ИКС: принципы организации и направления развития.
8. Сущность и отличительные черты массовой информационно-коммуникативной политической системы.
9. Политические функции СМИ.
10. Общественное мнение.
11. Маркетинговые и немаркетинговые коммуникации.
12. Сущность и функции политической пропаганды. Особенности пропагандистских информационных технологий.
13. Политическая агитация..
14. Политический рынок.
15. Политический имиджмейкинг.
16. Политический пиар.
17. Политическая реклама и ее процесс ее производства в политике.
18. Информационный лоббизм.
19. Смеховая коммуникация.

20. Кризисная коммуникация.
21. Понятие государственной информационной политики. Отношение государства с медиаструктурами.
22. Типологические особенности государственной информационной политики.
23. Особенности государственной политики в области информационной безопасности.
24. Моделирование государственной политики в области информационной безопасности.
25. Понятие информационной кампании. Модель информационной кампании.
26. Информационные войны.
27. Политический генезис Интернета.
28. Возникновение и политическая роль интернет-технологий.
29. Электронное правительство.
30. Коммуникационный потенциал Интернета.
31. Правовые технологии обеспечения информационной безопасности.
32. Административные технологии обеспечения информационной безопасности.
33. Процедурные технологии обеспечения информационной безопасности.
34. Криптографические технологии обеспечения информационной безопасности.

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

### **7.1 Основная литература**

1. *Евгеньева, Т. В.* Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 258 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08175-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454078> (дата обращения: 18.04.2022).

### **7.2. Дополнительная литература**

1. *Грачев М.Н.* Политическая коммуникация: учебно-методическое пособие: для студентов дневной формы обучения по специальности 061000 – «Государственное и муниципальное управление» / М. Н. Грачев (сост.). – М.: ГОУ ВПО «Российский университет дружбы народов», Межвузовский центр инноватики и социально-проектных технологий в управлении, 2010. – 32 с.
2. Детинко, Ю. И. Политическая коммуникация: опыт мультимодального и критического дискурс-анализа : монография / Ю. И. Детинко, Л. В. Куликова. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. – 168 с.
3. [Кульнарзова, А. В. Политические коммуникации: учебно-методическое пособие.](#) Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. -43с.
3. Политические коммуникации: Учеб. пособие для студентов вузов / [Петрунин Ю. Ю. и др.]; под ред. А. И. Соловьева. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 332 с.
4. Политические коммуникации в изменяющейся России/ Сборник научных статей /Под ред. Л.Н.Тимофеевой. М., 2013 161 с.
5. *Хубецова, З. Ф.* Политическая коммуникация. Теория, образование, опыт : учеб. пос. : в 2 ч. Ч. 1 : Исследование и преподавание политической коммуникации / З. Ф. Хубецова ; науч. ред. С. Г. Корконосенко. — М. : ООО «Смелый дизайнер», 2017 — 142 с.
6. Чудинов А.П.. Современная политическая коммуникация: Учебное пособие / Урал. гос. пед. ун-т. - Екатеринбург. – 2009. - 292 с.



### 7.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

#### *I. Сайты базовых академических структур*

1. Отделение Российской Академии наук (ОФСПП): [http://www.ras.ru/win/db/show\\_org.asp?P=.oi-852.ln-ru](http://www.ras.ru/win/db/show_org.asp?P=.oi-852.ln-ru)
2. Институт социологии РАН: <https://www.isras.ru/>
3. Институт социально-политических исследований: <https://испи.рф/>
4. Фонд распространения правовых знаний «Конституция»: <http://www.constitution.ru>

#### *II. Сайты аналитических организаций:*

1. Фонд «Общественное мнение»: <http://www.fom.ru>
2. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ): <http://www.wciom.ru>
3. Исследовательская группа РОМИР, независимая социологическая компания: <http://romir.ru/>
4. Портал российской прикладной социологии: <http://www.sociologos.ru/>

#### *III. Электронные библиотеки*

1. Российская Государственная Библиотека. URL: <http://www.rsl.ru/>
2. Научная электронная библиотека. URL: <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>
3. Юридическая электронная библиотека URL: <http://www.pravo.eup.ru>
4. Электронная библиотека – Социология, Психология, Управление. Режим доступа URL: <http://soc.lib.ru/>
5. ФЭБ: Фундаментальная Электронная Библиотека. URL: <http://www.feb-web.ru/index.htm>
6. Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ», Договор № 3074 от 15.11.2017, ежегодное обновление <https://urait.ru/>
7. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM, Договор №2651 эбс от 06.12.2017, ежегодное обновление. <https://znanium.com/>

#### *IV. Профессиональные базы данных*

1. База данных ФОМ (Группа ФОМ «Фонд Общественное Мнение»): Режим доступа: <http://fom.ru/search#q=&from=&to=>
2. База социологических данных ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения): Режим доступа: <https://old.wciom.ru/>
3. Индикаторы и Аналитика Левада-Центра (Аналитический центр Юрия Левада): Режим доступа: Индикаторы - <https://www.levada.ru/indikatory/odobrenie-organov-vlasti/>; Аналитика - <https://www.levada.ru/category/analitika/>
4. Romir Scan Panel и Аналитика (Исследовательский холдинг Ромир): Режим доступа: Romir Scan Panel - [http://romir.ru/market/panel\\_research/](http://romir.ru/market/panel_research/); Аналитика - <http://romir.ru/studies/>
5. База социологических данных Gallup World Poll (Институт Гэллага, США): Режим доступа: <http://www.gallup.com/services/170945/worldpoll.aspx>
6. База социологических данных IfD Allensbach (Институт демоскопии в Алленсбахе, Германия): Режим доступа. URL: <https://www.ifd-allensbach.de/studien-und-berichte/uebersicht.html>
7. База социологических данных ALLBUS-GENESIS. Режим доступа. URL: [https://search.gesis.org/?source={\"query\":{\"bool\":{\"must\":{\"query\\_string\":{\"query\":\"Forschungsdaten\",\"default\\_operator\":\"AND\"}}},\"filter\":{\"term\":{\"type\":\"research\\_data\"},\"match\":{\"genesis\\_own\":1}}}},\"highlight\":{\"fields\":{\"\\*\":{\"require\\_field\\_match\":false}}}}](https://search.gesis.org/?source={\)
8. База социологических данных «Евробарометр» (Европейская комиссия). Режим доступа. URL: <http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm>
9. База социологических данных «Евразийский монитор». Режим доступа. URL: <http://eurasiamonitor.org/issliedovaniia>

## **VI. Информационные сайты**

1. Сайт научно-методического сопровождения студентов (Социология: методическая помощь студентам и аспирантам) доц. А.И. Фоменкова. URL: <http://www.smolsoc.ru>
2. Международная Ассамблея столиц и крупных городов URL: <http://www.e-gorod.ru/>
3. Союз Российских городов URL: <http://www.urc.ru/>
4. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент». URL: <http://ecsocman.edu.ru>
5. «Российский журнал менеджмента». URL: <http://www.rjm.ru>.
6. Журнал «БОСС: Бизнес, Организация, Стратегия, Системы». URL: <http://www.bossmag.ru>.
7. Журнал «Социологические исследования». URL: <https://www.isras.ru/socis.html>
8. Журнал «Эксперт». URL: <http://www.expert.ru>.
9. Электронный журнал «Экономическая социология». URL: <https://ecsoc.hse.ru/archive.html>

## **8. Материально-техническое обеспечение**

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная следующим оборудованием: стандартная учебная мебель (28 учебных посадочных места), стол и стул для преподавателя – по 1 шт., кафедра для лектора – 1 шт., доска настенная трехэлементная – 1 шт., напольный мобильный проекционный экран DA-LITE – 1 шт., мультимедиапроектор BenQ – 1 шт., ноутбук Lenovo – 1шт., колонки Genius – 1 шт.

Помещение для самостоятельной работы: ауд. 507 (компьютерный класс), оснащенная следующим оборудованием: компьютерный студенческий стол – 15 шт., компьютерный стол для преподавателя – 1 шт., монитор Acer – 16 шт., системный блок Kraftway – 16 шт., принтер Canon – 1 шт., проектор InFokus – 1 шт., интерактивная доска сенсорная SMART Board – 1 шт., стандартная учебная мебель (40 учебных посадочных мест), стол и стул для преподавателя – по 1 шт., кафедра для лектора – 1 шт., доска настенная трехэлементная – 1 шт.

## **9. Программное обеспечение**

### **Лицензионное программное обеспечение**

Dr.Web Server/Desktop Security Suite, Лицензия EE4E-QN5S-6FG2-N76B, ежегодное обновление

Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016), Лицензия 66920993 от 24.05.2016, ежегодное обновление.

Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016), Лицензия 66975477 от 03.06.2016, ежегодное обновление.

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный, Лицензия 1FB6151216081242, ежегодное обновление.

### **Электронные библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда**

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ», Договор № 3074 от 15.11.2017, ежегодное обновление.

СДО Русский Moodle 3KL Norm с техническим обслуживанием, Акт на передачу прав №УТДЮ0001785 от 06.12.2016, ежегодное обновление.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 03B6A3C600B7ADA9B742A1E041DE7D81B0  
Владелец: Артеменков Михаил Николаевич  
Действителен: с 04.10.2021 до 07.10.2022