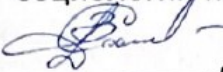


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
социологии и политологии


Д.В. Сосунов

25.05.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.04 Политическая коммуникация

1. Код и наименование направления подготовки: 41.03.04 Политология
2. Профиль подготовки: Публичное управление и политический менеджмент
3. Квалификация выпускника: бакалавр
4. Форма обучения: очная
5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: Кафедра социологии и политологии
6. Составители программы: В.В. Черникова, к.п.н., доцент
7. Рекомендована: НМС исторического факультета, протокол № 5 от 25.05.2023.
8. Учебный год: 2024-2025 **Семестр(ы)/Триместр(ы): 4**

9. Цели и задачи учебной дисциплины

Цель освоения учебной дисциплины – изучение основных подходов к проблеме политической коммуникации, овладение необходимыми практическими знаниями и навыками (работа с пресс службами, мониторинг, освоение программного пакета и т.д.), применимыми в практической политической деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- 1) формирование у студентов системы знаний о публичной политике;
- 2) формирование у студентов знаний о системе политической коммуникации;
- 3) развитие у студентов творческого мышления;
- 4) выработка умений и навыков решения задач и ситуаций, связанных использованием социально- политических групп механизмов продвижения своих интересов и показателей их эффективности.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина относится к блоку Б1 учебного плана, включена в его вариативную часть и является обязательной.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПКВ-1	способен осуществлять аналитику СМИ, подготовку, структурирование и редактирование информационных и информационно-аналитических текстов для последующего использования в процессе принятия политических решений	ПКВ-1.1 ПКВ-1.2 ПКВ-1.3	Презентует данные, составляет аналитические документы в соответствии с требованиями деловой культуры и особенностями каналов профессиональной коммуникации в процессе принятия политических решений. Проводит мониторинг СМИ, готовит аналитические отчеты, записки и другие документы. Предоставляет отчетность по результатам проведения информационно-аналитической работы и разрабатывает рекомендации для ЛПР.	Знать: правила и нормы: русского литературного языка, делового этикета и эффективной коммуникации; основы аналитической работы, специфику коммуникации в разной культурной среде, основные принципы работы СМИ и алгоритм процесса принятия политических решений. Уметь: определять ценность сбора, анализа и обработки собранной аналитической информации; анализировать многообразие собранных данных и приводить их к определенному результату для обоснования проекта принятия политических решений; осуществлять подготовку, структурирование и редактирование аналитических материалов. Владеть: навыками статистического, сравнительного анализа для определения места профессиональной приоритетной деятельности в политической парадигме ЛПР; навыками составления аналитических текстов.
ПК-2	способен осуществлять организацию брифингов, пресс-конференций, интервью и иных мероприятий с участием СМИ,	ПК-.2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК.2.4	Разрабатывает стратегию и так-тику по медиа-продвижению в интернетсфере и, в частности, в социальных сетях и блогах Осуществляет анализ целевой аудитории и поиск	Знать: основы публичного управления и законодательства РФ; нормы, правила, процедуры проведения пресс-конференций, брифингов и PR-мероприятий; методики оценки эффективности и результативности информационных кампаний; ведущие консалтинговые агентства, СМИ, организации и профессиональные

обеспечивать развитие и наполнение официальных интернет-сайтов политических партий, органов публичной власти и представительств в социальных сетях и блогах		<p>партнеров, готовит пресс-релизы и программу информационной программы.</p> <p>Ведёт деловую переписку, учи-тывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции с различными акторами политического процесса.</p> <p>Способен организовать и провести интервью с публичной VIP-персоной.</p>	<p>сети, оказывающие информационную поддержку.</p> <p>Уметь: готовить контент для официальных интернет-сайтов, блогов, пабликов в социальных сетях, создавать информационные поводы и организовывать проведение различных информационных кампаний.</p> <p>Владеть (иметь навыки): работы с информационно-поисковыми системами, открытыми базами данных, ПО и социальными сетями.</p>
---	--	--	--

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. — 3/108.

Форма промежуточной аттестации (зачет с оценкой)

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы		Трудоемкость			
		Всего	По семестрам		
			№ 4	№
Аудиторные занятия		56	56		
в том числе:	лекции	18	18		
	практические	38	38		
	лабораторные				
Самостоятельная работа		52	52		
в том числе: курсовая работа (проект)					
Форма промежуточной аттестации (экзамен – час.)					
Итого:		108	108		

13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК*
1. Лекции			
1.1	Теории массовой коммуникации: основные подходы к изучению.	Массовая коммуникации в обществе: роль и функции Структурный функционализм. К. Дебор «Общество спектакля». Семиология. Проблемы структуры знака. Эффекты восприятия знаков и символов. Н. Луман «Невероятная коммуникация». Идеологическая традиция. «Структура мифа» Р. Барта.	
1.2	Эффекты СМК.	Модели коммуникации и виды СМК. Теории эффектов массовой коммуникации. Симбиоз традиционных и новых видов средств массовой коммуникации в информационном поле. 2.4. Бодрийяр, Ж. Реквием по масс – медиа.	
1.3		Понятие нормативной и практической	

	<p>Система отношений: СМК - рынок - государство - гражданское общество - человек</p>	<p>модели работы СМК. Виды моделей влияния средств массовой информации на политику. Проблема доверия СМИ со стороны граждан. Стандарты свободы печати и ответственности прессы в развитых странах. Собственники СМИ – их роль в коммуникационном процессе. Положение средств массовой информации в различных регионах мира. Рейтинги свободы СМИ, Индексы цензурирования.</p>	
1.4	<p>Медиа – контент в политической рекламе и агитационной деятельности.</p>	<p>Правила составления ПР текста для публичного лица. Отражение в них месседжа и политического имиджа персоны. Виды полиграфических материалов. Требования типографии, работа с макетами. Расширения файлов, палитры. Создание макетов полиграфической продукции в программах Corel Draw, Microsoft publisher Правила создания презентаций.</p>	
1.5	<p>Государственное регулирование деятельности средств массовой коммуникации.</p>	<p>Информационная политика государства Правовое регулирование сферы СМК Проблема объективности средств массовой информации. Правовое нормирование против манипуляции в рекламе Организационные и нормативно-правовые составляющие повышения эффективности работы СМК в государстве</p>	
1.6	<p>Новые виды СМК и глобальные информационные потоки</p>	<p>Социальные сети и блоги как новый феномен СМК Интернет, проблемы функционирования и регулирования Регулирование сети Интернет в странах мира</p>	
2. Практические занятия			
2.1	<p>Теории массовой коммуникации: основные подходы к изучению.</p>	<p>Массовая коммуникации в обществе: роль и функции Структурный функционализм. К. Дебор «Общество спектакля». Эффекты восприятия знаков и символов. Н. Луман «Невероятная коммуникация». Идеологическая традиция. «Структура мифа» Р. Барта.</p>	
2.2	<p>Эффекты СМК.</p>	<p>Модели коммуникации и виды СМК. Теории эффектов массовой коммуникации. Симбиоз традиционных и новых видов средств массовой коммуникации в информационном поле. Бодрийяр, Ж. Реквием по масс – медиа.</p>	
2.3	<p>Система отношений: СМК - рынок - государство - гражданское общество - человек</p>	<p>Понятие нормативной и практической модели работы СМК. Виды моделей влияния средств массовой информации на политику. Проблема доверия СМИ со стороны граждан. Стандарты свободы печати и ответственности прессы в развитых странах. Собственники СМИ – их роль в коммуникационном процессе. Положение средств массовой информации в различных регионах мира. Рейтинги свободы СМИ, Индексы цензурирования.</p>	
2.4	<p>Медиа – контент в политической рекламе и агитационной</p>	<p>Правила составления ПР текста для публичного лица. Отражение в них месседжа и политического имиджа персоны. Виды полиграфических материалов. Требования типографии, работа с макетами. Расширения</p>	

	деятельности.	файлов, палитры. Правила создания презентаций.	
2.5	Государственное регулирование деятельности средств массовой коммуникации.	Информационная политика государства Правовое регулирование сферы СМК Проблема объективности средств массовой информации. Правовое нормирование против манипуляции в рекламе Организационные и нормативно-правовые составляющие повышения эффективности работы СМК в государстве	
2.6	Новые виды СМК и глобальные информационные потоки	Социальные сети и блоги как новый феномен СМК Интернет, проблемы функционирования и регулирования Регулирование сети Интернет в странах мира	
2.7	Система аргументации в выступлении политика	Что такое убеждающая речь. Каковы способы речевого воздействия, связанные со скрытым принуждением? Какие риторические фигуры способны передавать ритм чувств оратора? Какие элементы композиционной структуры занимают сильную позицию в тексте;	
2.8	Речь как политический инструмент	Политик как языковая и коммуникативная личность. Речевая деятельность политика как средство самоидентификации личности и способ моделирования сообщества. Социальная и коммуникативная роль политика. Требования к эффективному публичному выступлению политического лидера. Формы речевого общения политика. Методы исследования речевого поведения политика. Смена коммуникативно-риторической традиции как изменение политической стратегии.	

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				Всего
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	
1	Теории массовой коммуникации: основные подходы к изучению.	2	4	0	6	12
2	Эффекты СМК.	2	4	0	6	12
3	Система отношений: СМК- рынок - государство - гражданское общество - человек	4	6	0	6	16
4	Медиа – контент в Политической рекламе и агитационной деятельности.	4	6	0	8	18
5	Государственное регулирование деятельности средств массовой коммуникации.	4	6	0	8	18
6	Новые виды СМК и глобальные информационные потоки	2	4	0	6	12
7	Система аргументации в выступлении политика	0	4	0	6	10

8	Речь как политический инструмент	0	4	0	6	18
	Итого:	18	38	0	52	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

1. Подготовка к семинарским занятиям предполагает освоение терминологии, подготовка сообщений на основании предложенного списка литературы по основным категориям политической коммуникации и PR.

2. Самостоятельная работа студентов по учебной дисциплине предполагает выполнение ряда исследовательских заданий, выдаваемых студентам преподавателем на семинарских занятиях. Подготовка к семинарским занятиям и «круглому столу». Участие в региональных медиа и PR форумах (РИФ).

Все самостоятельно выполняемые студентами задания подлежат последующей проверке преподавателем для получения допуска к зачету. При подготовке к семинарским занятиям целесообразно использовать информационные ресурсы, размещенные в ЭУМК «Политическая коммуникация»: <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=11469>

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Гаврилова, М. В. Политическая коммуникация XX века : учебное пособие / М. В. Гаврилова. – Санкт-Петербург : Невский институт языка и культуры, 2008. – 92 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=137744 – ISBN 978-5-91583-004-1. – Текст : электронный.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
2	Паршукова, Г. Б. Основы теорий коммуникаций: теории и модели коммуникаций : [16+] / Г. Б. Паршукова ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 71 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576452 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-3287-7. – Текст : электронный.
3	Назарчук, А. В. Учение Никласа Лумана о коммуникации / А. В. Назарчук. – Москва : Весь Мир, 2012. – 248 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229827 – ISBN 978-5-7777-0516-7. – Текст : электронный.
4	Паршукова, Г. Б. Основы теорий коммуникаций: теории и модели коммуникаций : [16+] / Г. Б. Паршукова ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 71 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576452 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-3287-7. – Текст : электронный.
5	Антоновский, А. Ю. Никлас Луман: эпистемологическое введение в теорию социальных систем / А. Ю. Антоновский. – Москва : Институт философии РАН, 2007. – 136 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=45216 – ISBN 978-5-9540-0077-1. – Текст : электронный.
6	Бехманн, Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний / Г. Бехманн ; пер. А. Ю. Антоновский, Г. В. Горохова, Д. В. Ефременко, В. В. Каганчук и др. – Москва : Логос, 2010. – 248 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84924 – ISBN 978-5-98704-456-8. – Текст : электронный.
7	Клюев, Ю. В. Политический дискурс в массовой коммуникации: анализ публичного политического взаимодействия / Ю. В. Клюев ; науч. ред. Д. П. Гавра. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 263 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=434684 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-6021-8. – DOI 10.23681/434684. – Текст : электронный.
8	Гаврилова, М. В. Методы и методики исследования политической коммуникации : учебное пособие / М. В. Гаврилова. – Санкт-Петербург : Невский институт языка и культуры, 2008. – 91 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=137746 – ISBN 978-5-91583-002-7. – Текст : электронный.
9	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). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=595260 – ISBN 978-5-19-010845-3. – Текст : электронный.
10	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). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600848 Библиогр.: с. 538 - 584. – ISBN 978-5-7598-2119-9 (в пер.). - ISBN 978-5-7598-2029-1 (e-book). – DOI 10.17323/978-5-7598-2119-9. – Текст : электронный.
11	Сергеева, З. Н. Основы интегрированных коммуникаций : учебное пособие : [16+] / З. Н. Сергеева ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2016. – 91 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576518 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-2879-5. – Текст : электронный.
12	Крупенков, В. В. Государственные и бизнес-коммуникации: учебно-практическое пособие / В. В. Крупенков, Н. А. Мамедова, А. Н. Грачев. – Москва : Евразийский открытый институт, 2011. – 115 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90968 – ISBN 978-5-374-00564-6. – Текст : электронный.

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
1	Национальный цифровой ресурс "РУКОНТ". – URL: http://rucont.ru
2	Университетская библиотека ONLINE: электронно-библиотечная система. – URL: http://www.biblioclub.ru
3	Электронно-библиотечная система "Лань". – URL: https://e.lanbook.com/
4	Электронный каталог Научной библиотеки ВГУ. – URL: http://www.lib.vsu.ru
5	Черникова В.В., Пельтихина Е.А. «Политическая коммуникация»: ЭУМК / В.В. Черникова, Е.А. Пельтихина. - URL: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=11469
6	ВЦИОМ - URL: https://wciom.ru/
7	Левада Центр - URL: https://www.levada.ru/

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Черникова В.В., Пельтихина Е.А. «Политическая коммуникация»: ЭУМК / В.В. Черникова, Е.А. Пельтихина. - URL: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=11469

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ, электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

Основой использования образовательных технологий по дисциплине выступает системно-деятельностный подход, обеспечивающий наибольшую эффективность обучения и его практико-ориентированную составляющую. В организационном отношении образовательный процесс включает групповую и индивидуальную работу студентов. В рамках лекционных и практических занятий используются вербальные, наглядные, компьютерные технологии.

Дисциплина реализуется с использованием дистанционных образовательных технологий. По дисциплине разработаны ЭУМК «Политическая коммуникация» на платформе электронного университета ВГУ адрес курса <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=11469> При освоении дисциплины обучающиеся получают возможность пользоваться профессиональными базами данных, указанными в пункте «15. в)» данной программы.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория: специализированная мебель, ноутбук, проектор, Linux — Ubuntu, LibreOffice, Xnconvert, поисковая система Яндекс, Яндекс Диск.

СПС "Консультант Плюс" для образования, Office Home and Student 2019 All Lng PKL Onln CEE Only DwnLd C2R NR, WIN HOME 10 32-bit/64-bit All Lng PK Lic Online DwnLd NR, СПС "Консультант Плюс" для образования, Kaspersky Endpoint Security для бизнеса -

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1	Теории массовой коммуникации: основные подходы к изучению.	ПКВ-1	ПКВ-1.1 ПКВ-1.2 ПКВ-1.3	Дискуссия по теме Практическое задание Тест
2	Эффекты СМК.	ПКВ-1	ПКВ-1.1 ПКВ-1.2 ПКВ-1.3	Дискуссия по теме Практическое задание
3	Система отношений: СМК- рынок - государство - гражданское общество - человек	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Дискуссия по теме Практическое задание
4	Медиа – контент в Политической рекламе и агитационной деятельности.	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Дискуссия по теме Практическое задание Тест
5	Государственное регулирование деятельности средств массовой коммуникации.	ПКВ-1	ПКВ-1.1 ПКВ-1.2 ПКВ-1.3	Дискуссия по теме Практическое задание
6	Новые виды СМК и глобальные информационные потоки	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Дискуссия по теме Практическое задание
7	Система аргументации в выступлении политика	ПКВ-1	ПКВ-1.1 ПКВ-1.2 ПКВ-1.3	Дискуссия по теме Практическое задание
8	Речь как политический инструмент	ПК-2	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-2.4	Дискуссия по теме Практическое задание
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет с оценкой				<i>Перечень вопросов</i>

20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1. Текущий контроль успеваемости

20.1.1. Тест (текущий контроль):

1. Политическая коммуникация — это _____
процесс передачи политической информации, благодаря которому она циркулирует от одной части политической системы к другой и между социальной и политической системой
2. Выделите отличие вербальной и невербальной коммуникации:
 - а) в целях передачи информации;
 - б) способах кодирования информации;
3. Политическая реклама не относится:
 - а) к аутокоммуникации;
 - б) массовой коммуникации;

в) интегрированным маркетинговым коммуникациям.

4. К электронным СМИ не относится:

а) Печатные издания

б) Интернет;

в) радио.

г) Телевидение

5. Контекст коммуникативного процесса соответствует:

1) системе построения коммуникативного процесса с учетом известных или близких для получателя компонентов сообщения;

2) системе построения коммуникативного процесса с учетом социально-экономических характеристик получателя сообщения: статуса, доходов, уровня образования и т. д.;

3) системе построения коммуникативного процесса с учетом психологических характеристик получателя сообщения;

4) системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении узнаваемых образов, мотивов, историй, созданных уже ранее в конкретном произведении;

5) системе построения коммуникативного процесса с учетом использования в сообщении архетипических символов, образов, знаков.

6. Автором концепции «вещественной коммуникации», основу которой составляют исследование социального дискурса как языка красок, субстанций, объемов и пространства, является:

Ж. Бодрийяр;

8. В коммуникативном процессе убеждению соответствует стадия:

1) восприятие изменения, т. е. готовности подчиниться т. з. отправителя сообщения;

2) обеспечение надлежащей интерпретации;

3) обеспечение запоминания сообщения для его использования;

4) стимулирование активного обучения и получения практических навыков;

5) обеспечение приема соответствующего сообщения.

9. Аудиторией коммуникации это _

1) группа людей, которые получают информационные обращения и имеют возможность реагировать на них;

10. Представителем семиотики, предложившим ввести в классическую семиотическую модель коммуникации понятие «лексикодов», является:

2) К. Леви-Строс;

11. Массовой коммуникацией можно называть:

1) взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативный уровень;

2) взаимодействие с большим количеством людей, имеющих различный коммуникативный опыт и уровень;

3) взаимодействие с организованно большим количеством людей, имеющим сходный коммуникативный уровень, и с использованием технических средств;

4) коммуникацию в определенной сфере жизнедеятельности человека, осуществляющуюся как между отдельными людьми, так и между специально организованной группой и отдельным человеком, группой и группой;

5) коммуникацию, направленную на внутреннюю или внешнюю среду организации.

12. Кодирование в коммуникационном процессе это _

определение идеи, которую стремится донести до получателя источник сообщения с помощью любых символов и кодов;

13. Ситуационная кризисная коммуникация

А) оценивает угрозу репутации и рекомендует стратегии реагирования на кризис;

Б) провоцирует панику и нагнетает ситуацию;

В) формирует позитивный имидж коммуникатора.

14. Кризисная коммуникация протекает в особых условиях, которые должны учитываться при разработке систематики воздействия. Какие из перечисленных условий НЕ учитываются при кризисной коммуникации?

А) Резкое сокращение числа управляемых параметров.

Б). Смещение в сторону базисных потребностей по шкале А. Маслоу.

В) Возрастание роли информации вообще из-за отсутствия четкой и понятной всем интерпретации происходящих событий.

Г) Изменение каналов коммуникации, переход от неофициальных в сторону официальных каналов.

15. В регистрации средства массовой информации не может быть отказано:

а) если регистрирующий орган уже зарегистрировал другое средство массовой информации с тем же названием и формой распространения

б) когда заявление подано не соответствующим лицом

в) по мотивам нецелесообразности

16. В соответствии с ФЗ «О средствах массовой информации» не допускается использование средств массовой информации в целях: (5 правильных)

А) совершения уголовно наказуемых деяний;

Б) разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну;

В) распространения материалов, содержащих публичные призывы к осуществлению террористической деятельности;

Г) распространения материалов, публично оправдывающих терроризм, других экстремистских материалов,

Д) дискредитации государственных органов власти, а также их должностных лиц;

Е) распространения материалов, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости.

17. Наука о слухах называется:

Румология

18. К синтетическим формам политической коммуникации можно отнести:

а) политические анекдоты

б) политические слухи и сплетни

в) политический скандал

19) Выберите элемент не являющийся элементом коммуникации:

1. субъект

2. объект

3. информация

4. слух

20. Что из перечисленного не относится к невербальной коммуникации:

Интонация

Мимика

Поза

Жесты

Скандал

21. Что из перечисленного не относится к процессу коммуникации:

Страх

Потребность

Мотив

Цель

Критерии оценки тестов

“Отлично” - обучающийся набрал свыше 90% от максимально возможного количества баллов.

“Хорошо” - обучающийся набрал от 66% до 90% от максимально возможного количества баллов.

“Удовлетворительно” - обучающийся набрал от 51% до 65% от максимально возможного количества баллов.

“Неудовлетворительно” - обучающийся набрал менее 50% от максимально возможного количества баллов.

Критерии и шкалы оценивания заданий ФОС:

Для оценивания выполнения заданий используется балльная шкала:

1) закрытые задания (тестовые, средний уровень сложности):

- 1 балл – указан верный ответ;
- 0 баллов – указан неверный ответ (полностью или частично неверный)

2) открытые задания (тестовые, повышенный уровень сложности).

- 2 балла – указан верный ответ,
- 0 баллов – указан неверный ответ (полностью или частично неверный)

20.1.2 Устный опрос:

Критерии оценки устного ответа

“Отлично” - ответ полон и верен, комбинирует в себе информацию из лекций, источников и учебной литературы, соответствует вопросу, четко структурирован, имеет введение, основную часть и заключение; не является зачитыванием конспекта. Время, отведенное на устный ответ, не превышает 5-10 минут.

“Хорошо” - ответ соответствует вопросу, четко структурирован, не является зачитыванием конспекта. В основном раскрывает суть рассматриваемых событий и явлений, комбинирует в себе информацию из лекций, источников и/или учебной литературы. Однако ответ не полон, либо содержит небольшие погрешности; либо ответ полон, но обучающийся затрудняется ответить на дополнительные вопросы; либо ответ избыточен, обучающийся затрудняется выделить основную мысль, выходит за рамки отведенного на устный ответ времени.

“Удовлетворительно” - ответ соответствует вопросу, обучающийся обращается к конспекту более 3 раз. Ответ частично раскрывает суть, либо детали рассматриваемых событий и явлений, содержит не критические ошибки (1-2), не отвечает на дополнительные вопросы, либо отвечает на них неправильно.

“Неудовлетворительно” - ответ обучающегося не соответствует вопросу, либо соответствует вопросу, но является чтением конспекта. Обучающийся допускает более 2 значительных ошибок, не может аргументировать высказываемые положения, не может продемонстрировать навыков критического мышления.

Критерии оценки практического задания:

“Отлично” - обучающийся выполнил свыше 90% задания.

“Хорошо” - обучающийся выполнил от 66% до 90% задания.

“Удовлетворительно” - обучающийся выполнил от 51% до 65% задания.

1. Основы теории массовой коммуникации.

1. Дебор – общество спектакля.

2. Семиология. Н. Луман «Невероятная коммуникация».

3. Идеологическая традиция. Структура мифа Р. Барта.

Задачи: проанализировать указанные тексты, обсудить основные положения, с приведением примеров из современной политической практики. Работа с первоисточниками, анализ текста. Обозначение поля дискурса.

Практическое задание:

Используя логику рассуждений Ги Дебора, найти примеры, которые характеризуют современную российскую политику, как сферу «спектакля» (7-10 примеров за период 1991 – 2018 гг.).

Проанализировать фотографии политических лидеров с точки зрения знаково – символического содержания. Проанализировать контекст.
Проанализировать символику любой политической партии, указать означаемое и означающее, а также идеологическую составляющую визуального изображения.
Перечислить современные политические мифы России: их социокультурные основания, возможности преодоления.

2. Эффекты современных СМК

1. Бодрийяр, Ж. Реквием по масс – медиа.
2. Дж. Томпсон: Идеология и современная культура.

Практическое задание:

1. Используя модель Томпсона, проанализируйте приемы идеологического конструирования реальности, приведите примеры из современной политической практики.
2. Проанализировать кризисные моменты в работе масс-медиа в современном мире (уровень доверия, ангажированность, поверхностность и т.д.), используя работу Ж.Бодрийяра «Реквием по масс – медиа».

3. Система отношений: СМК - рынок - государство - гражданское общество – человек.

1. СМИ в современной России: проблемы правового регулирования, доверия со стороны граждан.
2. Положение средств массовой информации в различных регионах мира. Рейтинги свободы СМИ, Индексы цензурирования.

Практическое задание:

1. Нормативный анализ закона РФ «О средствах массовой информации»: количество поправок, правовые «пробелы» в содержании закона. Проанализировать сферы (и возможности) СМИ, которые не указаны в законодательстве.
2. Проанализировать рейтинги доверия СМИ на федеральном и региональном уровнях. Отношение к содержанию продукции со стороны граждан и необходимости цензурирования. (На основе БД ВЦИОМ, ФОМ, Левада – Центра, Бюллетеней Квалитас и др.). Период 2001-2015.
3. Проанализировать и сравнить рейтинги свободы СМИ в различных странах за период последних 15-20 лет.
4. Найти информационное событие и сделать Пресс – релиз.

4. Медиа – контент в политической рекламе и агитационной деятельности.

Полиграфическая продукция: типы макетов, требования типографий. Работа с макетом агитационного материала: программное обеспечение, алгоритм создания, работа с векторными и растровыми объектами. Агитационные материалы и их подготовка для web. Презентация: правила создания, её цель, задачи и структура. Работа с целевыми аудиториями.

Вопросы по теме:

- 4.1. Виды полиграфических материалов. Требования типографии, работа с макетами. Расширения файлов, палитры.
- 4.2. Создание макетов полиграфической продукции в программах Corel Draw, Microsoft publisher.
- 4.3. Правила создания презентаций.

Задачи: работа с политическими текстами: основные правила, практическая отработка. Подготовка полиграфических материалов, посредством освоения основных пакетов графических редакторов. Презентация: понятие, основные правила создания.

Практическое задание:

Составить пиар текст с отраженным месседжем для кандидата (политического или общественного лидера) или партии.

Освоить основы работы с полиграфическим агитационным материалом. Представить макет любого такого материала, созданный в векторных или растровых редакторах. (База – практические занятия по обучению работы в пакетах Corel Draw, Microsoft Publisher и др.)

Создание презентации (групповой проект). На семинары по созданию презентации группа делится по 3-4 человека.

5. Новые виды СМК и глобальные информационные потоки

Интернет, как канал коммуникации. Глобальная сеть, как инструмент формирования имиджа политика (организации).

Практическое задание:

1. Провести мониторинг электронных СМИ.
2. Проанализировать документы, регулирующие деятельность сети интернет (нормативный анализ).

6. Речь как политическое действие

Вопросы для обсуждения

Почему публичные выступления занимают большое место в профессиональной деятельности политика?

Что влияет на трудность восприятия текста?

Приведите примеры форм речевого поведения политика в современной России.

Каковы требования к публичному выступлению политика?

Практические задания

Практическая работа «Речевой портрет политика».

Задание: Составьте речевой портрет современного российского политика.

План описания.

1. Содержание политической речи.
2. Использование в речи слов и выражений (правильность, стилистическая уместность).
3. Голосоведение (темп, паузы, тембр, громкость, интонационное богатство).
4. Пластика оратора (телодвижения и глазной контакт с аудиторией).
5. Внешний вид.

7. Система аргументации в выступлении политика

Вопросы для обсуждения

Что такое убеждающая речь?

Каковы способы речевого воздействия, связанные со скрытым принуждением?

Каков, по вашему мнению, риторический стиль политического деятеля новой России?

В чем проявляется красота политической речи?

Назовите особенности убеждающих речей в современной России.

Опишите систему доказательств в риторике.

Какое качество придают речи фигуры убавления?

Какие риторические фигуры способны передавать ритм чувств оратора?

Какие элементы композиционной структуры занимают сильную позицию в тексте?

Каковы особенности торжественного красноречия?

Практические задания

Практическая работа «Система аргументации в выступлении политика».

2.1. Определите речевые средства воздействия на примере выступления одного из действующих политиков.

2.2. Определите речевые средства установления контакта с аудиторией на примере выступления одного из действующих политиков.

2.3. Определите особенности аргументации в выступлениях политиков.

20.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Перечень вопросов к зачету с оценкой:

1. Массовая коммуникации в обществе: роль и функции
2. Структурный функционализм. К. Дебор «Общество спектакля».
3. Семиология. Проблемы структуры знака. Эффекты восприятия знаков и символов. Н. Луман «Невероятная коммуникация».
4. Идеологическая традиция. «Структура мифа» Р. Барта..
5. Модели коммуникации и виды СМК.
6. Теории эффектов массовой коммуникации.
7. Симбиоз традиционных и новых видов средств массовой коммуникации в информационном поле.
8. Бодрийяр, Ж. Реквием по масс – медиа.
9. Понятие нормативной и практической модели работы СМК.
10. Виды моделей влияния средств массовой информации на политику. Проблема доверия СМИ со стороны граждан.
11. Стандарты свободы печати и ответственности прессы в развитых странах. Собственники СМИ – их роль в коммуникационном процессе.
12. Положение средств массовой информации в различных регионах мира. Рейтинги свободы СМИ, Индексы цензурирования.
13. Правила составления ПР текста для публичного лица. Отражение в них месседжа и политического имиджа персоны
14. Виды полиграфических материалов. Требования типографии, работа с макетами. Расширения файлов, палитры
15. Информационная политика государства
16. Правовое регулирование сферы СМК
17. Проблема объективности средств массовой информации.
18. Правовое нормирование против манипуляции в рекламе
19. Организационные и нормативно-правовые составляющие повышения эффективности работы СМК в государстве

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Для оценивания результатов обучения на зачете с оценкой используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
“Отлично” - ответ полон и верен, комбинирует в себе информацию из лекций, источников и учебной литературы, соответствует вопросу, четко структурирован, имеет введение, основную часть и заключение; не является зачитыванием конспекта. Время, отведенное на устный ответ, не превышает 5-10 минут.	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Отлично</i>
“Хорошо” - ответ соответствует вопросу, четко структурирован, не является зачитыванием конспекта. В основном раскрывает суть рассматриваемых событий и явлений, комбинирует в себе информацию из лекций, источников и/или учебной литературы.	<i>Базовый уровень</i>	<i>Хорошо</i>

Однако ответ не полон, либо содержит небольшие погрешности; либо ответ полон, но обучающийся затрудняется ответить на дополнительные вопросы; либо ответ избыточен, обучающийся затрудняется выделить основную мысль, выходит за рамки отведенного на устный ответ времени.		
“Удовлетворительно” - ответ соответствует вопросу, обучающийся обращается к конспекту более 3 раз. Ответ частично раскрывает суть, либо детали рассматриваемых событий и явлений, содержит не критические ошибки (1-2), не отвечает на дополнительные вопросы, либо отвечает на них неправильно.	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Удовлетворительно</i>
“Неудовлетворительно” - ответ обучающегося не соответствует вопросу, либо соответствует вопросу, но является чтением конспекта. Обучающийся допускает более 2 значительных ошибок, не может аргументировать высказываемые положения, не может продемонстрировать навыков критического мышления.	–	<i>Неудовлетворительно</i>

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в форме: *устного опроса*. Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Задания раздела 20.1.1 рекомендуются к использованию при проведении диагностических работ с целью оценки остаточных результатов освоения данной дисциплины (знаний, умений, навыков).

