

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ
ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ

Направление подготовки	42.04.02 - Журналистика
Направленность (профиль)	Интернет-журналистика
Форма обучения	очная

Ставрополь, 2026

Введение

Методические рекомендации, разработанные по дисциплине «Политические коммуникации в интернете» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика». Основными формами проведения занятий с целью осмысления дисциплины являются практические занятия. Для организации эффективного процесса усвоения материала студентами возможно использование различных форм: докладов студентов, дискуссий, игровых форм, современных мультимедийных технологий и др.

Практические занятия в учебном процессе, как правило, следуют за лекциями, на практических занятиях знания студентов должны углубляться.

Подготовка к практическому занятию – сложный и трудоёмкий процесс, требующий от студента не только времени и добросовестности, но и умения работать самостоятельно. К началу занятия студент должен изучить обязательную литературу, по возможности ознакомиться с дополнительной литературой, чтобы на этой основе получить достаточно ясное представление об основных вопросах, указанных в плане занятий.

Подготовка к практическому занятию предполагает:

знакомство с планом семинарского занятия, который отражает содержание предложенной темы;

тщательное продумывание вопросов плана;

просмотр списка рекомендованной литературы и её подбор;

работу над записями прослушанной лекции и соответствующего материала из других источников;

изучение рекомендованной литературы, составление конспекта, записей и тезисов устного выступления.

При конспектировании литературных источников и для осмысления информации студентам необходимо: – отбирать существенную информацию, отделять ее от второстепенной – лексически перерабатывать материал – схематизировать и структурировать прочитанный материал – формулировать выводы по прочитанному материалу. На изучение каждой темы отводится 1,5 часа.

Итогом подготовки студентов к практическим занятиям должны быть их выступления, активное участие в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы. Работа на семинаре имеет определяющее значение для полноценного овладения материалом. По тому, как студенты проявляют себя на занятиях, преподаватель судит о степени усвоения ими изучаемого материала.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Индекс	Формулировка:
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа

Планы практических занятий

Практическое занятие 1. Политические коммуникации: сущность и функции

Цель занятия: способствовать формированию знаний в области политических коммуникаций в интернете

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность: получение знаний о деятельности средств массовой информации и их роль в формировании политической повестки дня

Теоретическая часть:

Термин «коммуникация» в его нынешнем понимании закрепился в словаре политической науки относительно недавно. По-видимому, одним из первых непосредственных употреблений этого понятия в политологическом контексте является относящееся к началу XX в. высказывание Ф. Ратцеля о том, что «передача информации в политическом отношении является самой важной из всех коммуникационных услуг». Между тем отдельные реалии, определяемые сегодня данным термином, появились значительно раньше. Коммуникация, понимаемая в широком смысле как передача информации от человека к человеку посредством речи, жестов, а также изображений и других символических форм, зафиксированных на материальных носителях, возникла и развивалась вместе с самим обществом, причем в качестве инструмента политического воздействия как речевая, так и визуальная коммуникация использовалась и осмысливалась уже в глубокой древности.

Не будет преувеличением сказать, что уже племенные вожди, а впоследствии – фараоны, короли, цари, князья и другие правители издавна и во все времена проявляли интерес к тому, что сегодня называется политической коммуникацией, прекрасно осознавая, что их успехи во многом зависят от степени владения искусством влиять на политические взгляды своих подданных и граждан. Для формирования необходимых образов в сознании людей широко использовались различные типы вербальных и невербальных сообщений, например, символика разного рода торжественных публичных церемоний, а позднее – и величественных архитектурных сооружений. Для оказания воздействия на умонастроения людей нередко применялась тактика индоктринации, что было особенно характерно для периодов войн и внутренних конфликтов. Использовались и более мягкие формы информационного воздействия, отчасти напоминающие современные приемы пропаганды, агитации, связей с общественностью и политической рекламы. С различной степенью успеха посредством издания указов и законов предпринимались попытки направить [с. 77] политическую коммуникацию в нужное русло, контролировать информационные потоки в соответствующих обществах, причем этот контроль мог принимать самые разные формы цензуры – от официальной деятельности специальных государственных институтов до организации «неформального давления снизу» путем формирования общественного мнения, отвечающего требованиям времени.

Возникновение понятия «политическая коммуникация» непосредственно связано с эволюцией западного общества в период после Второй мировой войны. Выделение исследований политической коммуникации в относительно самостоятельное направление на стыке социальных и политических наук, получившее название политической коммуникативистики, было вызвано демократизацией политических процессов в мире во второй половине XX в., возникновением и возрастанием роли новых информационных технологий, а также развитием кибернетической теории. Во многом благодаря кибернетике термин «коммуникация», прежде употреблявшийся главным образом в языке техников, связистов и военных, превратился в термин междисциплинарный, получивший широкое распространение в различных областях знания, ибо, как полагал Н. Винер, все явления окружающего мира в принципе могли быть объяснены с точки зрения информационного обмена, циркулирования информации.

Политическое сообщение является ключевым аспектом политики, так как подавляющую часть политически значимой информации мы сегодня получаем именно благодаря

распространяемым сообщениям, а отнюдь не из собственного опыта. Доступность сведений о событиях, происходивших в прошлом, и прогнозирование будущих событий становится возможным только благодаря передаче сообщений. Как заметил в этой связи Кеннет Бёрк: «Большая часть нашей реальности формируется вербально. И лишь очень незначительную часть реальности мы познаем путем непосредственного опыта, полная же картина складывается благодаря системе символов. Что касается таких абстрактных понятий как “демократия” или “справедливость” и еще ряда политических феноменов, то здесь не существует эмпирической основы. Их толкование полностью зависит от вербальных символов. То же самое можно сказать о большинстве политических явлений». В работах зарубежных авторов обычно выделяются три основных способа политической коммуникации: коммуникация с помощью средств массовой информации, в том числе печатных (пресса, книги, афиши) и электронных (радио, телевидение и т. д.); коммуникация с помощью организаций, в частности, политических партий, которые служат связующим звеном между управляющими и управляемыми, и групп давления; коммуникация с помощью неформальных контактов.

В отечественной политологии с момента ее конституирования в качестве самостоятельной дисциплины одно из первых определений политической коммуникации принадлежит М. Ю. Гончарову. Согласно этому определению, «термин “политическая коммуникация” должен описывать циркуляцию информации в сфере политической деятельности, т.е. любые сообщения, тексты, оказывающие воздействие на отношения между классами, нациями и государствами». Подобного рода информация может быть чрезвычайно разнообразна по жанрам и рассчитана на разные аудитории: от дипломатических переговоров до сообщений, передаваемых по каналам массовой коммуникации. При этом, по мнению автора, ни способ распространения политической информации, ни ее адресат не имеют определяющего значения: гораздо важнее установить, что коммуникатором в данном случае являются политические институты или действующие в их составе и от их имени лица. Несмотря на то, что автор акцентирует внимание прежде всего на институциональной составляющей политико-коммуникационного процесса, принципиально важным, тем не менее, видится тот момент, что «...главным фактором, определяющим сущность и особенность термина “политическая коммуникация”, представляется функциональное назначение распространяемой информации. Это информация, обслуживающая политические структуры и воздействующая на принятие политических решений».

Иной подход к определению политической коммуникации предлагает А. И. Соловьев, делая акцент на ее социальности, в качестве критерия которой «выступает “ответ” реципиента, т. е. появление “вторичной информации”, вызванной к жизни посланием коммуникатора и устанавливающей осмысленный контакт между ним и реципиентом». В этой связи политическая коммуникация понимается как «частный случай успешной реализации информационных обменов, попыток коммуникатора (например, властных структур) вступить в контакт со своим контрагентом. Таким образом, ее можно идентифицировать как форму общения, установленную на основе направленной передачи информации, породившей осмысленный ответ реципиента на вызов коммуникатора».

Исходя из приведенных определений, можно утверждать, что сущностной стороной политико-коммуникационных процессов является передача, перемещение, оборот семантически значимой в политическом контексте информации – тех сведений, которыми в процессе конкретной общественно-практической деятельности обмениваются (собирают, хранят, перерабатывают, распространяют и используют) «источники» и «потребители» – взаимодействующие в обществе индивиды, общности, институты. В данном отношении, на наш взгляд, принципиально важно подчеркнуть, что речь идет не о «политической информации вообще», а именно о той информации, которая в определенной ситуации приобретает некую семантическую значимость. По этой причине, очевидно, возникает необходимость уточнить, что именно следует понимать под

«политической» и «политически значимой» информацией. (Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика / под ред. Л. Н. Тимофеевой. –М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН))

Вопросы для обсуждения:

Информационно-коммуникационные процессы в сфере политики.

Теории политических коммуникаций.

Уровни информационно-коммуникационных процессов

Основная литература

1. Алтунян, А.Г. Анализ политических текстов : курс лекций / А.Г. Алтунян. - Москва : Логос, 2012. - 383 с. - (Новая Университетская Библиотека). - ISBN 978-5-98704-638-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=133505> .

Дополнительная литература

1.Белашева, И.В. Технологии формирования модели безопасного поведения: учебное пособие (курс лекций) / И.В. Белашева, Д.А. Ершова, М.Л. Есян ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2017. - 165 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=466801>

2.Сидоров, В.А. Политическая культура журналиста : учебное пособие / В.А. Сидоров. - Санкт-Петербург : Издательский дом «Петрополис», 2010. - 240 с. - ISBN 978-5-9676-0285-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253944>

Интернет-ресурсы:

Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>

Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Союз журналистов России // Доступно: <http://www.ruj.ru/>

Комитет по информационной политике Государственной Думы РФ // Доступно: www.duma.gov.ru/infocom

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям // Доступно: <http://www.fapmc.ru>

Гильдия издателей периодической печати// Доступно: www.gipp.ru

Медиаатлас // Доступно: <http://www.mediaatlas.ru>

Практическое занятие 2. Массовая информационно-коммуникационная политическая система.

Цель занятия: способствовать формированию знаний в области политических коммуникаций в интернете

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность: получение знаний о деятельности средств массовой информации и их роль в формировании политической повестки дня

Теоретическая часть:

Понятие политико-коммуникативных технологий находится на стыке нескольких научных дисциплин и областей знаний, что объясняется многогранностью и многоаспектностью данного явления. В политологии политико-коммуникативные технологии исследуются как часть политической коммуникации, в социологии и социальной психологии – с точки зрения изучения социально-психологических характеристик аудитории, на которую направлено информационное воздействие, в рамках лингвистики рассматриваются особенности вербальных приемов и техник коммуникации. Кроме того, политико-коммуникативные технологии являются предметом изучения таких областей знаний, как паблик рилейшнз, реклама, журналистика и некоторых других, изучающих отдельные виды политико-коммуникативных технологий. При рассмотрении политико-коммуникативных технологий, на наш взгляд, необходимо следовать нескольким методологическим требованиям. Во-первых, общим признаком, на основе которого возможно объединение политико-коммуникативных технологий в одну группу, является их направленность на создание определенного типа сообщений, имеющих целью влияние на поведение получателей таких сообщений. Таким образом, с помощью данных технологий можно воздействовать на массовое сознание и влиять на восприятие получаемой информации с целью побуждения людей к определенному типу действиям. Именно данная функциональная особенность, по мнению Г.Г. Почепцова, отличает коммуникативные технологии от других типов межличностного воздействия [1, с. 9]. Во-вторых, в качестве еще одного методологического требования выступает «тенденция опоры при выдаче сообщений на уже имеющиеся в обществе коммуникативные потоки» [1, с. 15]. Таким образом, в основе передачи и распространения сообщений всегда лежит процесс коммуникации, и посредством целенаправленного действия в нем коммуникатор пытается «достичь внесения изменений в поведение за счет произведенных изменений» в сознании человека [1, с. 27]. В-третьих, необходимо учитывать, что методологическая основа планирования и проведения политических кампаний является единой, несмотря на многообразие их типов (информационные, предвыборные и другие). Политико-коммуникативные технологии используются при организации политических кампаний всех типов, тем не менее нельзя утверждать, что они схожи друг с другом, так как особенности технологий той или иной кампании зависят прежде всего от выбранной стратегии и тактики ее проведения. (Э.И. Гайсина. ПОЛИТИКО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ. <https://cyberleninka.ru/article/v/politiko-kommunikativnye-tehnologii-ponyatie-i-suschnost>)

Вопросы для обсуждения:

Сущность и черты массовой информационно-коммуникационной политической системы.
Политические функции СМИ.
Общественное мнение.

Основная литература

1. Алтунян, А.Г. Анализ политических текстов : курс лекций / А.Г. Алтунян. - Москва : Логос, 2012. - 383 с. - (Новая Университетская Библиотека). - ISBN 978-5-98704-638-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=133505> .

Дополнительная литература

1.Белашева, И.В. Технологии формирования модели безопасного поведения: учебное пособие (курс лекций) / И.В. Белашева, Д.А. Ершова, М.Л. Есян ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2017. - 165 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=466801>

2.Сидоров, В.А. Политическая культура журналиста : учебное пособие / В.А. Сидоров. - Санкт-Петербург : Издательский дом «Петрополис», 2010. - 240 с. - ISBN 978-5-9676-0285-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253944>

Интернет-ресурсы:

Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>

Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Союз журналистов России // Доступно: <http://www.ruj.ru/>

Комитет по информационной политике Государственной Думы РФ // Доступно: www.duma.gov.ru/infocom

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям // Доступно: <http://www.fapmc.ru>

Гильдия издателей периодической печати// Доступно: www.gipp.ru

Медиаатлас // Доступно: <http://www.mediaatlas.ru>

Практическое занятие 3.Немаркетинговые способы организации политического дискурса.

Цель занятия: способствовать формированию знаний в области политических коммуникаций в интернете

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность: получение знаний о деятельности средств массовой информации и их роль в формировании политической повестки дня

Теоретическая часть:

Процессы любого типа управления, включая политическое, реализуются в соответствующем ему ценностно-смысловом пространстве, определяющем содержательное наполнение и идеологические особенности управленческой деятельности. Ценностно-смысловые и идеологические компоненты самого политического управления выступают в качестве мощного фактора влияния на целеполагание, характер и последующую интерпретацию результатов управленческого воздействия.

В свою очередь, ценности и смыслы, внедренные в общественное сознание, самым непосредственным образом влияют на восприятие населением социально-политической реальности, а также на формирование тех или иных моделей политического поведения.

В связи с этим формирование и защита ценностно-смысловых пространств становятся одной из важнейших задач политического управления, так как разрушение либо трансформация традиционных ценностей и смыслов неизбежно влечет за собой существенные изменения в содержательном наполнении общественно-политических процессов, приводит к неэффективности функционирования политических институтов власти и вызывает кризис политических режимов, вынужденных существовать в изменившихся условиях.

При этом очевидным является тот факт, что любые общественно-политические ценности и смыслы формируются на основе информационно-коммуникационных процессов, предполагающих выработку, трансляцию, распространение и внедрение в общественное сознание определенного информационного контента.

Как пишет В.П. Пугачев, современные информационно-коммуникационные технологии «делают технически возможными не только систематическую идеологическую

индоктринацию, тотальное „промывание мозгов“, но и управление индивидуальным и групповым, массовым сознанием и поведением».

Ввиду этого существенную роль в процессах политического управления играют технологии убеждающей коммуникации и воздействия на ценностно-смысловые характеристики общественного сознания, включая такую форму убеждающей коммуникации как пропаганда, являющуюся, по мнению Г.И. Колесниковой, естественным элементом политической жизни любого общества.

С развитием интернета как пространства политических коммуникаций и появлением соответствующих информационно-коммуникационных технологий значительно расширились возможности управления общественным сознанием и традиционными ценностно-смысловыми пространствами, что во многом предъявляет к процессу политического управления новые требования, связанные с поддержанием и защитой традиционных для нации ценностей и смыслов.

Коммуникационные технологии пропагандистского влияния на общественное сознание в онлайн-пространстве интенсивно используются в процессе современного политического управления на глобальном уровне.

Новые механизмы коммуникации, возможность выстраивания разнообразных коммуникативных связей между пользователями, возможность комплексного использования широкого арсенала мультимедийных форматов информации значительно увеличивают пропагандистский потенциал интернета как пространства политических коммуникаций.

В условиях функционирования глобального коммуникационного интернет-пространства, в рамках которого существует значительное число возможностей управления информационным контентом, в том числе и на уровне формирования глобальной картины мира, процессы конструирования, трансляции и внедрения в общественное сознание пропагандистских моделей социально-политической реальности, во многом определяющих дальнейшее политическое поведение масс, становятся ключевыми элементами современной политической борьбы.

При этом в рамках рассмотрения пропаганды как инструмента современного политического управления особую роль играют интернеттехнологии именно массовой политической коммуникации, так как пропаганда ставит перед собой целью, прежде всего, формирование у широких масс населения определенных взглядов и идей, внедрение в общественное сознание необходимой социально-политической ориентации.

Ведя речь о пропагандистском потенциале интернет-пространства, в первую очередь следует отметить, что интернет-ресурсы становятся фактором глобализации и сближения людей независимо от расстояний и государственных границ. Данная тенденция реализует себя через интерактивные площадки интернета.

Так, Т. Флю отмечает, что в результате развития технологии новых медиа упрочилась тенденция глобализации, а за счет использования цифровых устройств для осуществления межличностного взаимодействия проблема расстояния теряет свое значение.

Информационное пространство в этой связи приобретает новые качества. По замечанию И. Волкмер, сегодня мы наблюдаем реструктуризацию публичной сферы, в которой международные связи отрываются от конкретных политических государственных институтов и имеют характер исключительно общественных отношений — новые медиа создают возможность для объединения единомышленников со всего мира.

Соответственно, возрастают и возможности осуществления внешней пропаганды, расширяется манипулятивный потенциал онлайн-ресурсов в связи с появлением возможности непосредственного общения с адресатом в отличие от классического медиапространства, в рамках которого традиционно существует национальная цензура, осуществляемая в первую очередь государством, предпринимающим усилия по блокировке нежелательного контента.

По мнению Л. Мановича и М. Кастельса, современное интернет-пространство выстраивается по принципу глобализации в условиях постиндустриального общества, в котором каждый пользователь может построить свою собственную индивидуальную информационнокоммуникативную среду, самостоятельно выбирая, какими источниками информации и какими площадками для коммуникации пользоваться в повседневной жизни, а также выбрать себе идеологию из большого числа вариантов и находить себе единомышленников в едином интерактивном информационном пространстве.

По сути, исходя из данной модели, речь идет о необходимости выстраивания конкурентных отношений в коммуникативном интернетпространстве и отсутствии возможностей доминирования единственного актора политической пропаганды, если, конечно, речь не идет о принудительной блокировке большинства интернет-ресурсов и ограничения внутреннего национального интернет-пространства от внешнего воздействия, как это происходит сегодня, например, в Китае.

При этом одной из важнейших особенностей политической интернет-коммуникации является то, что пользователь в интернет-пространстве сам может выступать источником пропагандистской информации «для многих». Например, многие лидеры общественного мнения имеют миллионы подписчиков на свои аккаунты, каждый из которых, в свою очередь, является распространителем публикуемого лидерами общественного мнения пропагандистского контента. Таким образом транслируется определенное видение общественно-политической реальности не только своим подписчикам, а более широкой аудитории социальных медиа.

При этом пропагандистское воздействие осуществляется по вирусному принципу на уровне горизонтального распространения информации по каналам интернет-коммуникации от пользователя к пользователю в отличие от классических схем вертикальной трансляции пропагандистского контента.

Сами пользователи становятся носителями и распространителями пропагандистских идей в процессе горизонтальных коммуникаций друг с другом. С учетом того, что уровень доверия к информации, полученной по неофициальным каналам от таких же пользователей, значительно выше, чем в случае использования официальных, как правило, ангажированных, медиаресурсов, эффект от такого пропагандистского влияния может быть оценен нами как значительный.

Неслучайно в рамках осуществления большинства информационных кампаний в сфере публичной политики сегодня активно задействуются именно рядовые пользователи сети, «заражающие» социальное пространство интернета пропагандистским контентом, распространяя его в своем кругу.

Большинство социальных медиа, включая социальные сети и блогосферу, в рамках своего функционирования предполагают в первую очередь предоставление широких возможностей пользователям по распространению информации от пользователя к пользователю, в связи с чем мы можем констатировать, что коммуникационная архитектура социальных медиа, имеющих на сегодняшний день сотни миллионов пользователей, значительно увеличивает потенциал пропагандистского воздействия посредством использования горизонтальных коммуникаций пользователей друг с другом.

В связи с этим нам представляется, что введенный в 1990-е гг. Н. Хомским в научный оборот термин «mainstream media» (MSM), который обозначает сильные информационные конгломераты, формирующие новостную повестку и включающие в себя возможность трансляции информации на все самые массовые каналы коммуникации, в современных условиях приобретает новое звучание, поскольку подобного рода информационные конгломераты активно интегрируются в новые медиа и являются площадками для общественных дискуссий и последующего распространения контента самим пользователями.

Однако, по нашему мнению, сегодня более уместно говорить о mainstream social media, в рамках которых происходит совместное общественное формирование повестки дня и дальнейшая трансляция информации в интернет-пространство самими пользователями.

С позиций концепции мягкой силы такие mainstream social media являются эффективным инструментом вирусного распространения пропагандистского контента, так как активность акторов политической пропаганды по вбросу в пространство социальных медиа необходимой политической информации, формирование повестки дня под прикрытием общественной инициативы, инициирование необходимых обсуждений в нужном русле, а также обеспечение соответствующей комментарийной активности, включающей в себя наполнение ценностным, символическим, идейным и смысловым содержанием пользовательских комментариев, позволяет проводить эффективное и практически незаметное для пользователей пропагандистское воздействие в онлайн-пространстве в широких масштабах.

Убежденность пользователей таких медиа в истинности собственных взглядов, которые на самом деле формируются в процессе интернеткоммуникации, предполагает активное убеждение других пользователей в своей правоте и привлечение сторонников, что, в свою очередь, лишь усиливает уровень вирулентности распространяемого пользователями пропагандистского контента, который уже выглядит для большинства, как самостоятельная точка зрения пользователя, и уровень доверия к ней может быть крайне высоким.

Как пишет В. Кроссби, новые медиа выступают логическим продолжением традиционной пропагандистской деятельности с единственным отличием: если ранее пропаганда действовала по принципу «один-комногим», то пропаганда в новых медиа работает на принципе «многие-комногим», что значительно повышает ее эффективность.

Утверждение Х. Арндт о том, что «сила тоталитарной пропаганды заключается в ее способности отсекалть массы от реального мира» применительно к современным условиям развития интернет-технологий пропаганды позволяет предположить, что в современных условиях функцию отсечения масс от реальности выполняет сетевая пропаганда, с тем лишь отличием, что мы говорим в данном случае уже не о тоталитарных государствах, а о современных демократиях.

Модель пропагандистской деятельности новых медиа наиболее точно описывается концепцией «инженерии согласия» Э. Бернейса с некоторыми существенными оговорками. Инженерия согласия состоит в распланированной пропагандистской деятельности, которая обеспечивает взаимопонимание и гармонию адресата и адресанта.

Модель пропагандистской деятельности новых медиа не исключает планирование как принцип эффективной и стабильной пропаганды, однако дополняется принципом самоорганизации пропагандистского контента — основным распространителем пропагандистских сообщений являются сами пользователи, которые самостоятельно выбирают привлекательный для них контент. Именно поэтому модель новых медиа можно назвать «самоорганизующейся инженерией согласия».

Новые площадки коммуникации в интернет-пространстве также рожают и иные эффекты. Так, в новых информационных условиях общественность имеет возможность не только наблюдать за общественно-политическим процессом, но и активно участвовать в его обсуждении: на таких ресурсах как Wikipedia, Facebook, YouTube, Twitter, в результате чего новые медиа создают сильнейший психологический эффект идейного единства, в первую очередь, в протестных движениях, что придает протестующим гражданам уверенность в своих силах. (Володенков С.В. Технологии интернет-пропаганды в политическом управлении. <http://ruspolitology.ru/content/4926/>)

Вопросы для обсуждения:

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

Основная литература

1. Алтунян, А.Г. Анализ политических текстов : курс лекций / А.Г. Алтунян. - Москва : Логос, 2012. - 383 с. - (Новая Университетская Библиотека). - ISBN 978-5-98704-638-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=133505> .

Дополнительная литература

1. Белашева, И.В. Технологии формирования модели безопасного поведения: учебное пособие (курс лекций) / И.В. Белашева, Д.А. Ершова, М.Л. Есян ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2017. - 165 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=466801>
2. Сидоров, В.А. Политическая культура журналиста : учебное пособие / В.А. Сидоров. - Санкт-Петербург : Издательский дом «Петрополис», 2010. - 240 с. - ISBN 978-5-9676-0285-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253944>

Интернет-ресурсы:

- Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>
Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>
Союз журналистов России // Доступно: <http://www.ruj.ru/>
Комитет по информационной политике Государственной Думы РФ // Доступно: www.duma.gov.ru/infocom
Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям // Доступно: <http://www.fapmc.ru>
Гильдия издателей периодической печати// Доступно: www.gipp.ru
Медиаатлас // Доступно: <http://www.mediaatlas.ru>

Практическое занятие 4. Маркетинговые способы организации политического дискурса

Цель занятия: способствовать формированию знаний в области политических коммуникаций в интернете

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность: получение знаний о деятельности средств массовой информации и их роль в формировании политической повестки дня

Теоретическая часть:

Традиционная политическая культура имеет символическое выражение в виде принятых в обществе знаках, обрядах и ритуалах, которые исполняются как политической элитой, так и подчиненным ей народом. Выполнение этих ритуалов народом свидетельствует о его готовности подчиняться приказам элиты, а поведение властной верхушки в соответствии с нормами традиционной культуры рассматривается народом как показатель ее морально-ценностного соответствия занимаемым должностям. Если элита начинает нарушать установленные традициями нормы поведения, народ начинает воспринимать ее как неспособную к управлению страной. Крайним вариантом является переход элиты на заимствованный извне стереотип поведения. В этом случае народ воспринимает элиту как захватчика-интервента, что может привести к серьезным социальным потрясениям [1]. При этом политический рынок и политическая конкурентность испытывают на себе влияние особенностей политической культуры. Политическая культура включает в себя те элементы и феномены общественного сознания и, в более широком плане, духовной культуры той или иной страны, которые связаны с общественно-политическими институтами и политическими процессами и оказывают значительное влияние на формы, формирование, функционирование и развитие государственных и политических институтов, придают значимость и направление политическому процессу в целом и политическому поведению широких масс населения в частности. Будучи компонентом политической системы, политическая культура активно влияет на ее функцию – политический процесс, во многом предопределяет его направленность, ролевые установки участников, воздействует на ценностно-смысловую характеристику целей социального развития, путей их достижения, степень устойчивого развития общества. Став реальным инструментом политических преобразований, политическая культура несет в себе образцы политического поведения и модели действий, во многом определяет устойчивость и целостность развития общества и личности [2]. Подобно тому, как культура определяет и предписывает те или иные правила и нормы поведения в различных сферах жизни и жизненных ситуациях, политическая культура определяет нормы поведения и «правила игры» в сфере политики. Она дает отдельному индивиду руководящие принципы поведения и влияет на деятельность различных организаций, на восприятие людьми явлений внутренней и международной политики, оценку политических систем и режимов, определение человеком своего места в политической жизни общества. Политическое прогнозирование, предвидение реакции населения на то или иное политическое решение, принятие и реализация этого решения невозможны без учета состояния политической культуры данного общества [3]. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ (2011, № 5) Становление политического рынка в современной России характеризуется наличием двух «институциональных ловушек». Первая заключается в том, что структурирующая функция институтов рынка осуществляется одним доминирующим субъектом – государством; вторая – в том, что конкуренция акторов рынка возникает не столько по поводу производства, распределения и обмена политических товаров (власти, ценностей, технологий), сколько по поводу государственного патронажа, обеспечивающего преимущества перед соперниками. В результате в российских условиях складывается деформированная модель, отличающаяся гипертрофированным развитием такого сегмента как рынок социальных технологий и неразвитостью рынка власти и ценностей гражданской культуры. Характеризуя рынок в российском социально-политическом поле, исследователи выделяют следующие его

черты: – наличие «автоматического механизма» самонастройки рынка во взаимодействии спроса, предложения и цены; – наличие системы взаимодействующих рынков товаров, услуг, капиталов. Политическое поле России — это система, включающая в себя рынок имиджей кандидатов и действующих политиков; – отлаженная и разветвленная система рыночной инфраструктуры (медиа-холдинги, органы государственной власти, суды, избиркомы); – наличие «рынка покупателей»; – наличие конкуренции за потребителей между производителями политических товаров и услуг; – свобода выбора покупателями (потребителями) продавцов (изготовителей), а продавцами — покупателей [4]. Д.В. Нежданов отмечает, что, если советский политический рынок в большей степени тяготел к жесткой командно-административной форме хозяйствования, централизованному распределению ресурсов, опирался на мощнейшую систему идеологической пропаганды, насилие и низкий уровень политической культуры, то современный политический рынок ориентирован на добровольное подчинение, взаимное уважение, а не страх, относительную свободу выбора, высокую конкуренцию и более широкое действие саморегуляторов, благодаря нормам конституционного законодательства, обеспечивающим относительное правовое равенство субъектов политики [5]. Как полагает Г. Сатаров, после семидесятилетнего господства политического, экономического, идеологического монополизма, после отчаянных попыток перехода к политической и экономической свободе можно утверждать, что Россия перешла к свободному политическому рынку. «Он еще диковат, страдает всеми известными детскими болезнями, у него еще ломается голос и он тянется подражать «взрослым». Наш политический рынок еще не создал «культуры потребления», и потому немалая часть населения России страдает своеобразным заворотом кишок. Но бесспорно одно – он уже свободен. Более того, его свобода нередко выплескивается за «осознанную необходимость», приобретая разнузданные и нелепые формы». Рынок политических идей, политических лозунгов, политических лидеров – это не просто метафора. Здесь тоже наблюдаются свои колебания конъюнктуры, действует свой баланс спроса и предложения, бушует инфляция, происходят банкротства. Если в экономике мы никак не можем прорваться на рынок, то в политической жизни девальвация старых ценностей еще не сменилась устойчивой «новой валютой». Вместе с тем в России именно на политическом рынке действует самая мощная реклама, основанная на самом беспомощном маркетинге. Процесс смены политических ценностей, установок, диспозиций, симпатий, протекающий в России, чрезвычайно динамичен, как и сама политическая жизнь [6]. Опираясь на методологические подходы С. Липсета и С. Роккана о разломе политической сферы по линии истеблишмент/антиистеблишмент, И.Л. Недяк в изучении политического рынка как эмпирически наблюдаемого объекта выделяет два субрынка: «высокая политика» и «низкая политика». В зону высокой политики помещаются две подсистемы: электоральный рынок и рынок государственной власти; в зону «низкой» политики – рынок политической активности. Собственно политический рынок есть взаимодействие этих трех подсистем, трендом которого является постепенное включение проблемного поля «высокой политики» в сферу интересов акторов «низкой политики». Далее в обозначенной системе координат политический рынок рассматривается как взаимодействие статической сферы политического обмена (субъектов обмена) и динамической сферы политического обмена (отношений обмена). Современным электоральным рынкам присуще повышение роли трансакций второго порядка («партия ↔ медиа», «партия ↔ спонсоры»), которые, в силу усиления брокерских функций партии, работают на «понижение» роли трансакций первого порядка и меняют конфигурацию «силовых линий» политического поля. Специфика российского политического рынка заключается в наличии субъекта «над-первого» порядка: избыточного и дуалистичного государства. Оно детерминирует содержание и уровни трансакционных отношений всех субъектов политических субрынков и сфер [7]. Таким образом, политический рынок в современном российском обществе становится важной характеристикой социальной

реальности, поскольку конкуренция – это атрибут рыночного общества. По форме конкуренция – это соперничество, по содержанию – процесс борьбы за более благоприятные условия социальной деятельности в целях достижения определенной цели, прежде всего, политического успеха. Ключевой механизм политической конкуренции – это избирательный механизм, основанный на всеобщем равном и прямом избирательном праве и тайном голосовании – свободные выборы представителей граждан в избираемые органы государственной и местной власти. Соответственно, политическая конкуренция в условиях плюрализма является одним из важнейших демократических институтов общества, интегрируя в себе множество показателей, отражающих положение дел в обществе. В свою очередь, политический рынок как неотъемлемая часть демократического общества представляет собой рынок политических идей, программ, а также партий, движений и лидеров, выражающих эти идеи и программы. В определенный период времени (смена парламента, президента), а также в определенных политических, социально-экономических ситуациях массами могут быть призваны те или иные идеи и стоящие за ними политики. Предвыборная борьба идей, программ, политиков – суть политического рынка. (Обухов Д.В. ПОЛИТИЧЕСКИЙ РЫНОК СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ. <https://cyberleninka.ru/article/v/politicheskiy-rynok-sovremennoy-rossii-1>)

Вопросы для обсуждения:

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

Основная литература

1. Алтунян, А.Г. Анализ политических текстов : курс лекций / А.Г. Алтунян. - Москва : Логос, 2012. - 383 с. - (Новая Университетская Библиотека). - ISBN 978-5-98704-638-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=133505> .

Дополнительная литература

- 1.Белашева, И.В. Технологии формирования модели безопасного поведения: учебное пособие (курс лекций) / И.В. Белашева, Д.А. Ершова, М.Л. Есян ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2017. - 165 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=466801>
- 2.Сидоров, В.А. Политическая культура журналиста : учебное пособие / В.А. Сидоров. - Санкт-Петербург : Издательский дом «Петрополис», 2010. - 240 с. - ISBN 978-5-9676-0285-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253944>

Интернет-ресурсы:

Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>

Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Союз журналистов России // Доступно: <http://www.ruj.ru/>

Комитет по информационной политике Государственной Думы РФ // Доступно: www.duma.gov.ru/infocom

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям // Доступно: <http://www.fapmc.ru>

Гильдия издателей периодической печати// Доступно: www.gipp.ru

Медиаатлас // Доступно: <http://www.mediaatlas.ru>

Практическое занятие 5. Информационные кампании

Цель занятия: способствовать формированию знаний в области политических коммуникаций в интернете

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность: получение знаний о деятельности средств массовой информации и их роль в формировании политической повестки дня

Теоретическая часть:

В современном обществе средства массовой информации оказывают значительное влияние на сознание и поступки человека, являясь источником и одновременно поставщиком важнейшего ресурса XXI в. — информации. С одной стороны, СМИ публикуют вызывающую интерес аудитории информацию. С другой — транслируют различные ценностные установки, стереотипы, формируют общественное мнение, являясь главным средством изменения массового сознания [Васильев 2010: 141]. «В контексте конфликта в Украине и вокруг неё термины пропаганда, контрпропаганда, информационные войны и гибридные войны стали частью нашей повседневной речи» [Миятович 2015]. Представляется довольно очевидным, что нередко подогреваемые в СМИ тревожные настроения общества и следующие за такой реакцией политические решения являются разными этапами информационной (манипуляционной) кампании, проводимой неким актором (либо группой акторов, коллективом и т. д.). Таким образом, необходимые актору-инициатору политические решения «самостоятельно» предпринимаются от имени третьей стороны как вынужденное и единственно верное решение, поддерживаемое общественностью. Иными словами, общественность вынуждают принять необходимую инициатору точку зрения, именно ту, что была задумана изначально. Выражаясь современным языком маркетологов, «у клиента создается иллюзия свободы выбора. У него может создаться впечатление, что он сам додумался до этого, что он умен и практичен. Психологически человеку гораздо легче принять собственную идею (или ту, которая кажется таковой), чем ту, которую ему навязали» [Иванова 2014: 72]. © Васильев А. Д., Подсохин Ф. Е., 2016 Раздел 1. Теория политической лингвистики. Манипуляции общественным мнением можно рассматривать как пример подавления воли граждан путем программирования их поведения, так называемой «промывки мозгов». Такой вид манипуляции направлен не на отдельного индивида, а на общество в целом. Главной задачей манипулятора становится навязывание коллективных ценностей, изменение мнений, целей, сознания людей для создания аудитории, поддерживающей правящую элиту, ту или иную политическую тенденцию. Воздействие на сознание людей происходит не напрямую при непосредственном контакте, а через средства массовой информации, которые создают иллюзию объективной подачи сведений и потому обладают высокой степенью убедительности [Демьяненко 2012: 20—27]. Основной инструментальной единицей такой манипуляционной кампании необходимо считать слово: его семантику, имиджеобразующую, аксиологическую и культурную функции, основным объектом воздействия — общественное мнение¹. Если XX в. дефинируется как эпоха радио, газет и телевидения, то XXI — это уже век Интернета и социальных сетей, и их перспективы по достоинству оценены на родине Глобальной паутины — в США. Здесь впервые созданы так называемые «интернет-войска», где операции проводят люди в армейской форме. Заместитель главы кибернетического командования ВС США Джеймс Маклафлин в своем отчете сообщает: «Перед нами стоит задача создать 133 новых киберподразделения. Всего понадобится дополнительно привлечь около 6200 операторов, объединенных в так называемые войска кибернетических операций» [Министерство обороны США]. Достоверно известно, что с момента старта формирования подобного рода войск (2009 г.) происходит массовый набор специалистов со знаниями иностранных языков (в том числе арабского, китайского и русского). Эмпирическим путем доказана рациональность и эффективность проведения политики в третьих странах посредством «кибернетических операций» — это гораздо проще и дешевле, чем реальное применение силы, а возможные потери в случае неудачи практически сводятся к нулю. (В данном случае под общественным мнением будем понимать состояние общественного сознания, заключающее явное или скрытое

отношение социума (либо отдельных его фрагментов) к явлениям, событиям и фактам общественной жизни, отражающее определенную коллективную позицию по проблемам, представляющим определенный интерес) Наиболее вероятной является гипотеза о подконтрольности революций на Ближнем Востоке, так называемой «арабской весны», через социальные сети («Facebook» и «Twitter»), штаб-квартиры которых расположены в США. В каждом конкретном случае события развивались по схожим сценариям: накануне народных волнений на ту или иную страну обрушивалась волна слухов (в большинстве случаев — не имеющих ничего общего с действительностью), нагнеталась истерия. Главным и наиболее опасным фактором подобного «информационного заражения» является то, что инфицированное послание в любом случае воздействует на восприятие мира адресатом. «Пусть они никуда не выйдут на площадь, пусть они не будут громить никакие общественные, государственные здания, но они будут помогать создавать этот самый панический фон в любом случае» [Мураховский 2016]. За последние годы понятие информационной войны (ИВ) приобрело достаточно широкое распространение: неуклонно растущая политическая и экономическая напряженность в мире, катализируемая подробным освещением (так или иначе — субъективным, порой даже до откровенного лицемерия) в средствах массовой информации, сделало ИВ предметом как публицистически-обывательского, так и научного рассмотрения. Информационная война оказалась сегодня в центре политики, экономики и военного дела. «Мирные» применения этого инструментария давно вышли за пределы его военного использования. Принятие решений существует во всех областях, и в случае конкурентного столкновения начинается борьба за единственность одного решения и против решений альтернативных [Почепцов 2014]. В связи с популяризацией термина «информационная война» неуклонно растет и количество его дефиниций, описывающих это понятие в основном с точки зрения политологии. Попробуем дать определение в большей степени с лингвистической (точнее — с политлингвистической) точки зрения. Информационная война — совокупность массовых коммуникативных практик, целью которых является воздействие (или противодействие) посредством специфического употребления единиц языка на общность людей (географическую, этнографическую, конфессиональную, политическую, экономическую и т. д.) при одновременном обеспечении безопасности и защиты актора для достижения информационного превосходства в стратегических целях [Васильев, Подсохин 2016: 11]. Политическая лингвистика 6 (60) 2016. Первым шагом кампании по информационному воздействию (противодействию) является дискредитация. Основная задача данного этапа — подорвать доверие к самой цели (государству, группе лиц, компании или конкретно взятому человеку) и ее сообщениям: создать прецедент или обнародовать уже состоявшийся факт, проливающий свет на новые обстоятельства и ставящий под сомнение авторитет цели в глазах широкой общественности. Подорвав лояльность и доверие общественности к объекту воздействия, агрессор приступает к следующему этапу, специфика которого состоит в культивировании (как правило, заведомо ложной) информации, причиняющей цели репутационный ущерб, во всех средствах массовой коммуникации. Немаловажно заметить, что подорванная репутация, создавая благоприятный предлог, позволяет инициатору вводить против цели политические и экономические санкции, принимать против нее меры и видоизменять межгосударственную риторику. Представляется достаточно уместным также назвать этот этап «аугментацией» или «эскалацией», поскольку он преимущественно характеризуется приростом и разворачиванием информационных атак на почве подорванного в ходе первого этапа доверия к объекту (один из наиболее наглядных и исторически недавних примеров — информационное обеспечение так называемой перестройки в Советском Союзе и последовавших за нею реформ [см.: Васильев 2013: 93, 186—187]). Необходимо отметить, что информация на этом этапе может быть и достоверной, поэтому, чтобы избежать противоречий, будем называть этот этап аугментацией (эскалацией). Эффективность защитных мероприятий мишени обратно пропорционально

эффективности дискретизации. Подорванный авторитет объекта затрудняет, а иногда делает и вовсе невозможной минимизацию ущерба, прежде всего репутационного. Итоговой целью следует назвать демонизацию противника, которую мы выделим в третий, последний этап информационной кампании. Под демонизацией следует понимать отождествление у аудитории (как правило, это широкая общественность) объекта воздействия с осуществляемым негативным посылом, причем теперь это происходит уже автоматически, вирально (т. е. вирусобразно), без модерирования инициатором, т. е. создается определенный стереотип. (А. Д. Васильев, Ф. Е. Подсохин. ОТ ПРЕЦЕДЕНТА К СТЕРЕОТИПУ: ТРИ ЭТАПА ИНФОРМАЦИОННОЙ КАМПАНИИ. <https://cyberleninka.ru/article/v/ot-pretседента-k-stereotipu-tri-etapa-informatsionnoy-kampanii>)

Вопросы для обсуждения:

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

Основная литература

1. Алтунян, А.Г. Анализ политических текстов : курс лекций / А.Г. Алтунян. - Москва : Логос, 2012. - 383 с. - (Новая Университетская Библиотека). - ISBN 978-5-98704-638-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=133505> .

Дополнительная литература

1. Белашева, И.В. Технологии формирования модели безопасного поведения: учебное пособие (курс лекций) / И.В. Белашева, Д.А. Ершова, М.Л. Есян ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2017. - 165 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=466801>

2. Сидоров, В.А. Политическая культура журналиста : учебное пособие / В.А. Сидоров. - Санкт-Петербург : Издательский дом «Петрополис», 2010. - 240 с. - ISBN 978-5-9676-0285-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253944>

Интернет-ресурсы:

Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>

Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Союз журналистов России // Доступно: <http://www.ruj.ru/>

Комитет по информационной политике Государственной Думы РФ // Доступно: www.duma.gov.ru/infocom

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям // Доступно: <http://www.fapmc.ru>

Гильдия издателей периодической печати// Доступно: www.gipp.ru

Медиаатлас // Доступно: <http://www.mediaatlas.ru>

Практическое занятие 6. Государственная информационная политика.

Цель занятия: способствовать формированию знаний в области политических коммуникаций в интернете

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность: получение знаний о деятельности средств массовой информации и их роль в формировании политической повестки дня

Теоретическая часть:

Государственная информационная политика - это способность и возможность субъектов политики воздействовать на сознание, психику людей, их поведение и деятельность с помощью информации в интересах государства и гражданского общества.

В более широком смысле - это особая сфера жизнедеятельности людей, связанная с воспроизводством и распространением информации, удовлетворяющей интересы государства и гражданского общества, и направленная на обеспечение творческого, конструктивного диалога между ними и их представителями.

Для России проведение грамотной государственной информационной политики означает: развитие гражданского общества;

обеспечение конструктивного диалога между государством и СМИ и властью и обществом;

признание презумпции открытости информации для граждан и защиту их информационных прав;

ориентацию главных компонентов информационного пространства на обеспечение свободного обращения информации, воплощения в жизнь конституционного права на свободный поиск, получение, производство информации и ее распространение;

повышение доверия общества к власти;

налаживание эффективных взаимоотношений России с другими странами и т.д.

Вопросы для обсуждения:

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

Основная литература

1. Алтунян, А.Г. Анализ политических текстов : курс лекций / А.Г. Алтунян. - Москва : Логос, 2012. - 383 с. - (Новая Университетская Библиотека). - ISBN 978-5-98704-638-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=133505> .

Дополнительная литература

1. Белашева, И.В. Технологии формирования модели безопасного поведения: учебное пособие (курс лекций) / И.В. Белашева, Д.А. Ершова, М.Л. Есаян ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2017. - 165 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=466801>

2. Сидоров, В.А. Политическая культура журналиста : учебное пособие / В.А. Сидоров. - Санкт-Петербург : Издательский дом «Петрополис», 2010. - 240 с. - ISBN 978-5-9676-0285-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253944>

Интернет-ресурсы:

Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>

Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Союз журналистов России // Доступно: <http://www.ruj.ru/>

Комитет по информационной политике Государственной Думы РФ // Доступно: www.duma.gov.ru/infocom

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям // Доступно: <http://www.fapmc.ru>

Гильдия издателей периодической печати// Доступно: www.gipp.ru

Медиаатлас // Доступно: <http://www.mediaatlas.ru>

Международный пресс-клуб журналистов // Доступно: www.pressclub.host.ru

Интернет-ресурсы:

Электронно-библиотечная система «Лань»// Доступно: <http://e.lanbook.com>

Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Союз журналистов России // Доступно: <http://www.ruj.ru/>

Комитет по информационной политике Государственной Думы РФ // Доступно: www.duma.gov.ru/infocom

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям // Доступно: <http://www.fapmc.ru>

Гильдия издателей периодической печати// Доступно: www.gipp.ru

Медиаатлас // Доступно: <http://www.mediaatlas.ru>

Практическое занятие 7. Политика государства в области информационной безопасности.

Цель занятия: способствовать формированию знаний в области политических коммуникаций в интернете

Формируемые компетенции: ПК-2.

Актуальность: получение знаний о деятельности средств массовой информации и их роль в формировании политической повестки дня

Теоретическая часть:

"Основы государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности на период до 2020 года" (утв. Президентом РФ 24.07.2013 N Пр-1753) извлечение:

II. Цель и задачи государственной политики Российской Федерации

9. Цель государственной политики Российской Федерации заключается в содействии установлению международного правового режима, направленного на создание условий для формирования системы международной информационной безопасности.

10. Достижению цели государственной политики Российской Федерации будет способствовать участие Российской Федерации в решении следующих задач:

а) формирование системы международной информационной безопасности на двустороннем, многостороннем, региональном и глобальном уровнях;

б) создание условий, обеспечивающих снижение риска использования информационных и коммуникационных технологий для осуществления враждебных действий и актов агрессии, направленных на дискредитацию суверенитета, нарушение территориальной целостности государств и представляющих угрозу международному миру, безопасности и стратегической стабильности;

в) формирование механизмов международного сотрудничества в области противодействия угрозам использования информационных и коммуникационных технологий в террористических целях;

г) создание условий для противодействия угрозам использования информационных и коммуникационных технологий в экстремистских целях, в том числе в целях вмешательства во внутренние дела суверенных государств;

д) повышение эффективности международного сотрудничества в области противодействия преступности в сфере использования информационных и коммуникационных технологий;

е) создание условий для обеспечения технологического суверенитета государств в области информационных и коммуникационных технологий и преодоления информационного неравенства между развитыми и развивающимися странами.

III. Основные направления государственной политики Российской Федерации

11. Основными направлениями государственной политики Российской Федерации, связанной с решением задачи по формированию системы международной информационной безопасности на двустороннем, многостороннем, региональном и глобальном уровнях, являются:

а) создание условий для продвижения на международной арене российской инициативы в необходимости разработки и принятия государствами - членами Организации Объединенных Наций Конвенции об обеспечении международной информационной безопасности;

б) содействие закреплению российских инициатив в области формирования системы международной информационной безопасности в итоговых документах, изданных по результатам работы Группы правительственных экспертов Организации Объединенных Наций по достижениям в сфере информатизации и телекоммуникаций в контексте международной безопасности, а также содействие выработке под эгидой Организации Объединенных Наций правил поведения в области обеспечения международной информационной безопасности, отвечающих национальным интересам Российской Федерации;

в) проведение на регулярной основе двусторонних и многосторонних экспертных консультаций, согласование позиций и планов действий с государствами - членами Шанхайской организации сотрудничества, государствами - участниками Содружества Независимых Государств, государствами - членами Организации Договора о коллективной безопасности, государствами - участниками БРИКС, странами - членами Азиатско-тихоокеанского экономического сотрудничества, странами - членами "Группы восьми", "Группы двадцати", другими государствами и международными структурами в области международной информационной безопасности;

г) продвижение на международной арене российской инициативы в интернационализации управления информационно-телекоммуникационной сетью "Интернет" и увеличение в этом контексте роли Международного союза электросвязи;

д) организационно-штатное укрепление структурных подразделений федеральных органов исполнительной власти, участвующих в реализации государственной политики Российской Федерации, а также совершенствование координации деятельности федеральных органов исполнительной власти в данной области;

е) создание механизма участия российского экспертного сообщества в совершенствовании аналитического и научно-методического обеспечения продвижения российских инициатив в области формирования системы международной информационной безопасности;

ж) создание условий для заключения между Российской Федерацией и иностранными государствами международных договоров о сотрудничестве в области обеспечения международной информационной безопасности;

з) усиление взаимодействия в рамках Соглашения между правительствами государств - членов Шанхайской организации сотрудничества о сотрудничестве в области обеспечения международной информационной безопасности и содействие расширению состава участников указанного Соглашения;

и) использование научного, исследовательского и экспертного потенциала Организации Объединенных Наций, других международных организаций для продвижения российских инициатив в области формирования системы международной информационной безопасности.

12. Основными направлениями государственной политики Российской Федерации, связанной с решением задачи по созданию условий, способствующих снижению риска использования информационных и коммуникационных технологий для осуществления враждебных действий и актов агрессии, направленных на дискредитацию суверенитета,

нарушение территориальной целостности государств и представляющих угрозу международному миру, безопасности и стратегической стабильности, являются:

- а) развитие диалога с заинтересованными государствами о национальных подходах к противодействию вызовам и угрозам, возникающим в связи с масштабным использованием информационных и коммуникационных технологий в военно-политических целях;
- б) участие в выработке на двустороннем и многостороннем уровнях мер по укреплению доверия в области противодействия угрозам использования информационных и коммуникационных технологий для осуществления враждебных действий и актов агрессии;
- в) содействие развитию региональных систем и формированию глобальной системы международной информационной безопасности на основе общепризнанных принципов и норм международного права (уважение государственного суверенитета, невмешательство во внутренние дела других государств, неприменение силы и угрозы силой в международных отношениях, право на индивидуальную и коллективную самооборону, уважение прав и основных свобод человека);
- г) содействие подготовке и принятию государствами - членами Организации Объединенных Наций международных правовых актов, регламентирующих применение принципов и норм международного гуманитарного права в сфере использования информационных и коммуникационных технологий;
- д) создание условий для установления международного правового режима нераспространения информационного оружия.

13. Основными направлениями государственной политики Российской Федерации, связанной с решением задачи по формированию механизмов международного сотрудничества в области противодействия угрозам использования информационных и коммуникационных технологий в террористических целях, являются:

- а) развитие сотрудничества с государствами - членами Шанхайской организации сотрудничества, государствами - участниками Содружества Независимых Государств, государствами - членами Организации Договора о коллективной безопасности, государствами - участниками БРИКС, способствующего предупреждению, выявлению, пресечению, раскрытию и расследованию актов деструктивного воздействия на элементы национальной критической информационной инфраструктуры, минимизации последствий реализации таких актов, а также противодействию использованию информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и других информационно-телекоммуникационных сетей в целях пропаганды терроризма и привлечения к террористической деятельности новых сторонников;
- б) содействие подготовке и принятию государствами - членами Организации Объединенных Наций акта, определяющего порядок обмена информацией о передовых практиках в области обеспечения безопасности функционирования элементов критической информационной инфраструктуры.

14. Основными направлениями государственной политики Российской Федерации, связанной с решением задачи по созданию условий для противодействия угрозам использования информационных и коммуникационных технологий в экстремистских целях, в том числе в целях вмешательства во внутренние дела суверенных государств, являются:

- а) участие в разработке и реализации межгосударственной системы мер по противодействию указанным угрозам;
- б) содействие созданию международного механизма постоянного контроля за недопущением использования информационных и коммуникационных технологий в экстремистских целях, в том числе в целях вмешательства во внутренние дела суверенных государств.

15. Основными направлениями государственной политики Российской Федерации, связанной с решением задачи по повышению эффективности международного сотрудничества в области противодействия преступности в сфере использования информационных и коммуникационных технологий, являются:

а) продвижение на международной арене российской инициативы в необходимости разработки и принятия под эгидой Организации Объединенных Наций Конвенции о сотрудничестве в сфере противодействия информационной преступности, а также активизация работы с государствами - членами Шанхайской организации сотрудничества, государствами - участниками Содружества Независимых Государств, государствами - членами Организации Договора о коллективной безопасности, государствами - участниками БРИКС по поддержке данной инициативы;

б) развитие сотрудничества в сфере противодействия информационной преступности с государствами - членами Шанхайской организации сотрудничества, государствами - участниками Содружества Независимых Государств, государствами - членами Организации Договора о коллективной безопасности, государствами - участниками БРИКС, странами - членами Азиатско-тихоокеанского экономического сотрудничества, странами - членами "Группы восьми", "Группы двадцати", другими государствами и международными структурами;

в) повышение эффективности информационного обмена между правоохранительными органами государств в ходе расследования преступлений в сфере использования информационных и коммуникационных технологий;

г) совершенствование механизма обмена информацией о методиках расследования и судебной практике рассмотрения дел о преступлениях в сфере использования информационных и коммуникационных технологий.

16. Основными направлениями государственной политики Российской Федерации, связанной с решением задачи по созданию условий для обеспечения технологического суверенитета государств в области информационных и коммуникационных технологий и преодоления информационного неравенства между развитыми и развивающимися странами, являются:

а) содействие разработке и реализации международных программ, способствующих преодолению информационного неравенства между развитыми и развивающимися странами;

б) содействие развитию национальных информационных инфраструктур и участию государств мирового сообщества в процессах создания и использования глобальных информационных сетей и систем.

IV. Механизмы реализации государственной политики Российской Федерации

17. Государственная политика Российской Федерации реализуется федеральными органами исполнительной власти и надзорными органами в соответствии с предметами их ведения при выполнении соответствующих межгосударственных целевых программ, в осуществлении которых участвует Российская Федерация, государственных и федеральных целевых программ, в том числе в рамках государственно-частного партнерства.

18. Подготовка предложений Президенту Российской Федерации по реализации основных направлений государственной политики Российской Федерации осуществляется рабочими органами Совета Безопасности Российской Федерации во взаимодействии с заинтересованными самостоятельными подразделениями Администрации Президента Российской Федерации, федеральными органами исполнительной власти и организациями.

19. Общая координация деятельности федеральных органов исполнительной власти, связанной с реализацией государственной политики Российской Федерации, а также с

продвижением согласованной позиции Российской Федерации по этому вопросу на международной арене, осуществляется Министерством иностранных дел Российской Федерации.

20. Интенсивное развитие информационных и коммуникационных технологий, их широкое применение во всех сферах деятельности человека создали условия для формирования глобальной информационной инфраструктуры, которая предоставила качественно новые возможности социализации людей, их общения и доступа к накопленным человечеством знаниям.

В современном обществе информационные и коммуникационные технологии являются основным фактором, определяющим уровень социально-экономического развития и состояние национальной безопасности.

Основы государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности на период до 2020 года призваны способствовать активизации внешней политики Российской Федерации на пути достижения согласия и учета взаимных интересов в процессе интернационализации глобального информационного пространства.

Вопросы для обсуждения:

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

Основная литература

1. Алтунян, А.Г. Анализ политических текстов : курс лекций / А.Г. Алтунян. - Москва : Логос, 2012. - 383 с. - (Новая Университетская Библиотека). - ISBN 978-5-98704-638-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=133505> .

Дополнительная литература

1. Белашева, И.В. Технологии формирования модели безопасного поведения: учебное пособие (курс лекций) / И.В. Белашева, Д.А. Ершова, М.Л. Есаян ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2017. - 165 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=466801>

2. Сидоров, В.А. Политическая культура журналиста : учебное пособие / В.А. Сидоров. - Санкт-Петербург : Издательский дом «Петрополис», 2010. - 240 с. - ISBN 978-5-9676-0285-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253944> Интернет-ресурсы:

Электронно-библиотечная система «Лань» // Доступно: <http://e.lanbook.com>

Университетская библиотека онлайн // Доступно: <http://www.biblioclub.ru>

Союз журналистов России // Доступно: <http://www.ruj.ru/>

Комитет по информационной политике Государственной Думы РФ // Доступно: www.duma.gov.ru/infocom

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям // Доступно: <http://www.fapmc.ru>

Гильдия издателей периодической печати // Доступно: www.gipp.ru

Медиаатлас // Доступно: <http://www.mediaatlas.ru>

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ОРГАНИЗАЦИИ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ

Направление подготовки	42.04.02 – Журналистика
Направленность (профиль)	Интернет-журналистика
Форма обучения	Очная

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Политические коммуникации в интернете»

План-график выполнения самостоятельной работы

Контрольные точки и виды отчетности по ним

Методические рекомендации по изучению теоретического материала

Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

Методические указания по подготовке к экзамену или зачету

Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций

1. Введение

Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Политические коммуникации в интернете» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика».

Цель методических рекомендаций к СРС дисциплины «Политические коммуникации в интернете» – способствовать формированию знаний, умений и навыков, позволяющих качественно выполнять профессиональные обязанности с учетом тенденций развития современных СМИ, правовых особенностей работы журналиста у студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.02- Журналистика.

Основными задачами изучения дисциплины являются:

- Знать основы функционирования интернет-СМИ
- Выявлять отличительные признаки интернет-СМИ
- Знать основы правового регулирования массовой информации в Интернете
- уметь анализировать и создавать легитимный контент СМИ.

2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Политические коммуникации в интернете»

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины «Политические коммуникации в интернете» понимается как планируемая учебная работа, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа направлена на формирование следующих компетенций:

Индекс	Формулировка:
ПК-2	Способен осуществлять авторскую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа

Целью дисциплины является развитие у студентов способности к успешной профессиональной деятельности в редакциях современных СМИ.

Задачи самостоятельной работы:

-систематизировать и закрепить полученные теоретические знания и практические умения студентов;

- развить познавательные способности и активность студентов: творческую инициативу, самостоятельность, ответственность и организованность;

- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебной деятельности проблем и вопросов;

-повысить уровень подготовленности к самостоятельной работе в соответствии с содержанием дисциплины.

Таким образом, самостоятельная работа приобщает научному и исследовательскому творчеству, поиску и анализу актуальных проблем современной медиапрактики с учетом экономической специфики функционирования СМИ.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента:

самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине, изучение научных публикаций;

работа с электронными ресурсами в сети Интернет;

подготовка к практическим занятиям.

3. План-график выполнения самостоятельной работы

Коды реализуем	Вид деятельности студентов	Средства и технологии	Объем часов, в том числе
----------------	----------------------------	-----------------------	--------------------------

ых компетенций, индикатора (ов)		оценки			
			СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
2 семестр					
	Подготовка к практическим занятиям	Собеседование	16	4	20
ИД-2пк-2	Самостоятельное изучение учебной, научной, справочной литературы, интернет-ресурсов по темам	Собеседование	16	4	20
ИД-2пк-2	Подготовка творческого проекта	Защита творческого проекта	16	4	20
ИД-2пк-2	Подготовка к лекциям	собеседование	16	4	20
Итого за 3 семестр			64	16	80
Итого			64	16	80

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению магистранта.

Самостоятельная работа рассчитана на разные уровни мыслительной деятельности. Выполненная работа позволит приобрести не только знания, но и умения, навыки, а также выработать свою методику подготовки, что очень важно в дальнейшем процессе научной деятельности.

В качестве формы контроля предусмотрено собеседование (рефлексия) на тренинговом занятии. Подробные критерии оценивания компетенций приведены в Фонде оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации.

4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

В связи с тем, что учебным планом предусмотрены только практические занятия по дисциплине, самостоятельное изучение литературы иностранных авторов, основной и дополнительной литературы приобретает важное значение для создания теоретической базы.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с анализа проблемного поля изучаемой темы. Информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация.

Список литературы, необходимой для подготовки к практическим занятиям, дискуссиям указан в методических рекомендациях к практическим занятиям. При изучении материала рекомендуется конспектировать основные идеи, составлять схемы, таблицы.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Часть ресурсов указывается в методических указаниях к

практическим и тренинговым занятиям. Однако необходимо уметь самостоятельно находить ресурсы, посвященные проблеме развития личности..
Подробные критерии оценивания компетенций приведены в Фонде оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации.

5. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

Чтение основной и дополнительной литературы по дисциплине.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, сделанного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация.

Список литературы, необходимой для подготовки к практическим занятиям указан в методических рекомендациях к практическим занятиям. При изучении материала рекомендуется конспектировать основные идеи, составлять схемы, таблицы.

Конспектирование научно-исследовательской литературы

При изучении рекомендованных научных публикаций рекомендуется составление краткого конспекта. Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Часть ресурсов указывается в методических указаниях к практическим работам. Однако необходимо уметь самостоятельно находить ресурсы, посвященные экономическим основам работы в СМИ. Особое внимание стоит уделить поиску в электронных библиотечных системах. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию учебных материалов.

6. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

В рамках практических занятий проводятся собеседования. Подготовка к нему предполагает изучение рекомендованной литературы, выполнение заданий тренинга, предусмотренных к конкретному практическому занятию по дисциплине и представленных в методических указаниях по дисциплине.

Подготовка к практическому занятию предполагает теоретическое изучение проблем дисциплины по широкому спектру междисциплинарных исследований (социологических, психологических, журналистских и т.д.), использование научных исследований по проблеме зарубежных авторов. Подготовка начинается с выделения и осмысления проблем в интерпретации и понимании условий профессионального роста и личностного развития. Продумайте стратегию публичного выступления в группе.

Опорный конспект темы – это развернутая наглядная конструкция темы, содержащая расположенные определенным образом правила, формулы, определения, графики, обозначения единицы измерения и ключевые слова.

Конспект (от лат. *conspicere* – обзор) – письменный текст, в котором кратко и последовательно изложено содержание основного источника информации.

Конспектировать – значит приводить к некоему порядку сведения, почерпнутые из оригинала. В основе процесса лежит систематизация прочитанного или услышанного. Записи могут делаться как в виде точных выдержек, цитат, так и в форме свободной подачи смысла. Манера написания конспекта, как правило, близка к стилю первоисточника.

Если конспект составлен правильно, он должен отражать логику и смысловую связь записываемой информации. Им запросто можно воспользоваться через некоторое количество времени, а так же предоставить для применения кому-то еще, поскольку прочтение грамотно зафиксированных данных никогда не вызовет затруднений. «Умный» конспект помогает воспринимать информацию практически любой сложности, предварительно придавая ей понятный вид.

В процессе учебы или при решении какой-то задачи в общем объеме информации выделяют самое важное и необходимое, таким образом, упрощая овладение материалом. В хорошо сделанных записях можно с легкостью обнаружить специализированную терминологию, понятно растолкованную и четко выделенную для запоминания значений различных слов. Используя законспектированные сведения, легче создавать значимые творческие или научные работы, различные рефераты и статьи.

Виды конспектов

Нужно уметь различать конспекты и правильно использовать ту категорию, которая лучше всего подходит для выполняемой работы.

План-конспект. Такой вид изложения на бумаге создается на основе заранее составленного плана материала, состоит из определенного количества пунктов (с заголовками) и подпунктов. В процессе конспектирования каждый заголовок раскрывается – дополняется коротким текстом, в конечном итоге получается стройный план-конспект. Именно такой вариант больше всего подходит для срочной подготовки к публичному выступлению или семинару. Естественно, чем последовательнее будет план (его пункты должны максимально раскрывать содержание), тем связаннее и полноценнее будет ваш доклад. Специалисты рекомендуют наполнять плановый конспект пометками, в которых будут указаны все используемые вами источники, так как со временем трудно восстановить их по памяти.

Схематический план. Эта разновидность конспекта выглядит так: все пункты плана представлены в виде вопросительных предложений, на которые нужно дать ответ. Изучая материал, вы вносите короткие пометки (2–3 предложения) под каждый пункт вопроса. Такой конспект отражает структуру и внутреннюю взаимосвязь всех сведений и способствует хорошему усвоению информации.

Текстуальный конспект. Подобная форма изложения насыщеннее других и составляется из отрывков и цитат самого источника. К текстуальному конспекту можно легко присоединить план, либо наполнить его различными тезисами и терминами. Он лучше всего подходит тем, кто изучает науку или литературу, где цитаты авторов всегда важны. Однако такой конспект составить непросто. Нужно уметь правильно отделять наиболее значимые цитаты таким образом, чтобы в итоге они дали представление о материале в целом.

Тематический конспект. Такой способ записи информации существенно отличается от других. Суть его – в освещении какого-нибудь определенного вопроса; при этом используется не один источник, а несколько. Содержание каждого материала не отражается, ведь цель не в этом. Тематический конспект помогает лучше других анализировать заданную тему, раскрывать поставленные вопросы и изучать их с разных сторон. Однако будьте готовы к тому, что придется переработать немало литературы для полноты и целостности картины, только в этом случае изложение будет обладать всеми достоинствами.

Свободный. Этот вид конспекта предназначен для тех, кто умеет использовать сразу несколько способов работы с материалом. В нем может содержаться что угодно –

выписки, цитаты, план и множество тезисов. Вам потребуется умение быстро и лаконично излагать собственную мысль, работать с планом, авторскими цитатами. Считается, что подобное фиксирование сведений является наиболее целостным и полновесным. *Техника составления конспекта*

Необходимо просмотреть материал, выявить особенности текста, его характер, понять, сложен ли он, содержит ли незнакомые термины;

Снова прочитать текст и тщательно проанализировать его. Такая работа с материалом даст возможность отделить главное от второстепенного, разделить информацию на составляющие части, расположить ее в нужном порядке.

Обозначить основные мысли текста, они называются тезисами. Их можно записывать как угодно – цитатами (в случае, если нужно передать авторскую мысль) либо своим собственным способом.

При конспектировании лекций рекомендуется придерживаться следующих основных правил:

Не начинать записывать материал с первых слов преподавателя, сначала необходимо выслушать его мысль до конца и постараться понять ее.

Приступать к записи нужно в тот момент, когда преподаватель, заканчивая изложение одной мысли, начинает ее комментировать.

В конспекте обязательно выделяются отдельные части. Необходимо разграничивать заголовки, подзаголовки, выводы, обособлять одну тему от другой. Выделение можно делать подчеркиванием, другим цветом (только не следует превращать текст в пестрые картинки). Рекомендуется делать отступы для обозначения абзацев и пунктов плана, пробельные строки для отделения одной мысли от другой, нумерацию. Если определения, формулы, правила, законы в тексте можно сделать более заметными, их заключают в рамку.

Записи нужно создавать с использованием принятых условных обозначений. Конспектируя, обязательно необходимо употреблять разнообразные знаки (их называют сигнальными). Это могут быть указатели и направляющие стрелки, восклицательные и вопросительные знаки, сочетания PS (послесловие) и NB (обратить внимание). Например, слово «следовательно» вы можете обозначить математической стрелкой \Rightarrow . Когда выработается свой собственный знаковый набор, создавать конспект, а после и изучать его будет проще и быстрее.

Не нужно забывать об аббревиатурах (сокращенных словах), знаках равенства и неравенства, больше и меньше.

Большую пользу для создания правильного конспекта дают сокращения. Однако знатоки считают, что сокращение типа «д-ть» (думать) и подобные им использовать не следует, так как впоследствии большое количество времени уходит на расшифровку, а ведь чтение конспекта не должно прерываться посторонними действиями и размышлениями. Лучше всего разработать собственную систему сокращений и обозначать ими во всех записях одни и те же слова (и не что иное). Например, сокращение «г-ть» будет всегда и везде словом «говорить», а большая буква «Р» – словом «работа».

Бесспорно, организовать хороший конспект помогут иностранные слова. Наиболее применяемые среди них – английские. Например, сокращенное «ок» успешно обозначает слова «отлично», «замечательно», «хорошо».

Нужно избегать сложных и длинных рассуждений.

При конспектировании лучше пользоваться повествовательными предложениями, избегать самостоятельных вопросов. Вопросы уместны на полях конспекта.

Не нужно стараться зафиксировать материал дословно, при этом часто теряется главная мысль, к тому же такую запись трудно вести. Второстепенные слова нужно отбрасывать, без которых главная мысль не теряется.

Если в лекции встречаются непонятные термины, можно оставить место, а после работ уточнить их значение у преподавателя.

Изучив все подробности правильного конспектирования, можно научиться не только легко и результативно трудиться на лекциях или курсах, но стать делать это с удовольствием. Это большое наслаждение – познать те истины, которые доселе казались недоступными.

При проверке задания, оцениваются:

- владение материалом;
- умение четко и логично излагать свои мысли, творчески подходить к решению основных вопросов темы;
- самостоятельность мышления.

Проект – форма контроля, нацеленная на проверку информационно-коммуникативных компетенций студента.

Творческий проект – это самостоятельная исследовательская работа, в которой автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание творческого проекта должно быть логичным; изложение материала должно носить проблемно-тематический характер; в тексте должна прослеживаться самостоятельная авторская позиция.

Творческий проект стимулирует раскрытие исследовательского потенциала студента, способность к творческому поиску, сотрудничеству, самораскрытию и проявлению возможностей.

Автор творческого проекта должен продемонстрировать уровень достигнутой мировоззренческой, общекультурной компетенции, т.е. продемонстрировать знания о реальном мире, о существующих в нем связях и зависимостях, проблемах, о ведущих мировоззренческих теориях, умении проявлять оценочные знания, изучать теоретические работы, использовать различные методы исследования, применять различные приемы творческой деятельности.

Структура проекта

Творческий проект должен состоять из следующих частей: введение, первая часть (реферативная), вторая часть (исследовательская), заключение. Введение – это постановка проблемы, обоснование актуальности темы, определение цели и задач исследования. Первая часть – это степень разработанности проблемы в социогуманитарном знании и вывод, что осталось за рамками этих исследований. Вторая часть – собственное исследование, обоснование своей точки зрения на анализируемую проблему. Заключение – выводы, к которым пришел студент в результате изучения состояния вопроса и собственного исследования. В конце проекта обязательно должен быть представлен список использованной литературы (не менее пяти источников). Объем работы – 1 печатный лист (24 страницы машинописного текста). Время отведенное на защиту проекта 10 минут, время на обсуждение проекта – 5 минут. Выступление и защита проекта должна сопровождаться презентацией.

При оценке творческого проекта учитывается объем проделанной работы, компетентность студента в избранной области, самостоятельность в подходах, суждениях, выводах; творческий подход к решению проблемы, культура оформления работы, грамотность.

Целью выполнения творческого проекта выступает формирование навыков критического анализа текстов как классиков этнологии, так и современных ученых-мыслителей, выражение своего отношения к изложенным в них точкам зрения на основные проблемы, умение применять полученные знания для постановки и решения исследовательских задач, связанных с изучением студентами той или иной области знания.

Процедура проведения этой формы учебной деятельности включает в себя:

- знакомство обучающегося с темами проектов
- подбор и анализ литературы по теме проекта
- создание мультимедийной презентации проекта
- подготовка к выступлению с докладом по теме проекта на занятии
- выступление с докладом по теме проекта

- оценка содержания выступления студентами и преподавателем.

Темы проектов повышенного уровня дают возможность обучающимся самостоятельно провести расширенный анализ проблемы с использованием научной и иной литературы по теме, сделать выводы, обобщающие как научные взгляды, так и авторскую позицию по проблеме. Базовый уровень нацелен на изложение имеющихся научных исследований по теме доклада.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо проанализировать предложенную тему проекта, подобрать литературу, продумать содержание, оформить проект.

При проверке задания, оцениваются:

- соответствие содержания теме проекта
- соответствие требованиям к структуре доклада и объему
- самостоятельность выполнения
- обоснованность, четкость, лаконичность ответа по теме проекта
- уровень освоения темы и изложения материала - правильность (уместность и достаточность) используемой информации
- научность и самостоятельность устного и письменного изложения проекта.

Тематическая презентация к проекту

При подготовке тематической презентации следует помнить, что существуют требования к созданию и предъявлению слайдов. Слайды в презентации должны быть простыми и не содержать более чем семь строчек текста в каждом. Перегрузка текстом приводит к тому, что слайды становятся трудночитаемыми, особенно для тех, кто сидит далеко: это вызывает у людей разочарование и антипатию к лектору или его выступлению.

1. Требования к тексту

не пишите длинно;

разбивайте текстовую информацию на слайды;

используйте заголовки и подзаголовки;

для повышения удобочитаемости используйте: форматирование, списки, подбор шрифтов.

2. Требования к фону

Рекомендуется использовать:

синий на белом,

черный на желтом,

зеленый на белом,

черный на белом,

белый на синем,

зеленый на красном,

красный на желтом,

красный на белом,

оранжевый на черном,

черный на красном,

оранжевый на белом,

красный на зеленом.

3. Требования к иллюстрациям

Чем абстрактнее материал, тем действеннее иллюстрация.

Что можно изобразить, лучше не описывать словами.

Изображать то, что трудно или невозможно описать словами.

Используйте анимацию, как одно из эффективных средств привлечения внимания пользователя и управления им.

Используйте видеoinформацию, позволяющую в динамике демонстрировать информацию в режиме реального времени, что недоступно при традиционном обучении.

Помните, что видеоинформация требует больших затрат вычислительных ресурсов и значительных затрат на доставку и воспроизведение изображения.

4. Требования к звуку

Избыток звука недопустим, т.к. может раздражать обучаемого.

Наилучший результат достигается при использовании коротких озвученных текстов, усиливающих ключевые моменты курса.

Одновременное наличие речевого сопровождения и читаемого текста на экране, как правило, воспринимается негативно. Большинство обучаемых читают текст гораздо быстрее, чем говорит диктор, что быстро начинает раздражать.

Наличие длинных текстов, которые читаются диктором не дословно, с различными вариациями, очень сильно отвлекает обучаемого от собственно темы обучения на поиск несоответствий, что крайне вредно для процесса обучения.

Использование текстов, произносимых от первого или второго лица, в значительной степени способствует вовлечению обучаемого в процесс.

Если есть возможность использовать в курсе виртуальных персонажей (агентов), способных «общаться» с обучаемым от первого лица, то эффективность восприятия темы значительно возрастает.

Критерии оценки презентации

1. Содержательный критерий:

правильный выбор темы, знание предмета и свободное владение текстом, импровизация, речевой этикет.

2. Логический критерий:

стройное логико-композиционное построение речи, доказательность, аргументированность.

3. Речевой критерий:

использование языковых (метафоры, фразеологизмы, пословицы, поговорки и т.д.) и неязыковых (поза, манеры и пр.) средств выразительности; фонетическая организация речи,

правильность ударения, четкая дикция, логические ударения и пр.

4. Психологический критерий:

взаимодействие с аудиторией (прямая и обратная связь), знание и учет законов восприятия речи, использование различных приемов привлечения и активизации внимания.

5. Критерий соблюдения дизайн-эргономических требований к компьютерной презентации:

соблюдены требования к первому и последним слайдам, прослеживается обоснованная последовательность слайдов и информация на слайдах, необходимое и достаточное количество фото- и видеоматериалов, учет особенностей восприятия графической (иллюстративной) информации, корректное сочетание фона и графики, дизайн

презентации не противоречит ее содержанию, грамотное соотнесение устного выступления

и компьютерного сопровождения, общее впечатление от мультимедийной презентации.

7. Методические указания по подготовке к зачету

Промежуточная аттестация предусмотрена в форме зачета.

Процедура зачета как отдельное контрольное мероприятие не проводится, оценивание знаний обучающегося происходит по результатам текущего контроля.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если студент работает на практических занятиях, демонстрируя всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного

материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если студент не принимал участие в работе на практических занятиях, демонстрирует незнание основного учебного материала, не умеет выполнять задания, предусмотренные программой, не усвоил основную литературу, рекомендованную программой

8. Рекомендуемая литература

8.1. Основная литература:

1. Алтунян, А.Г. Анализ политических текстов : курс лекций / А.Г. Алтунян. - Москва : Логос, 2012. - 383 с. - (Новая Университетская Библиотека). - ISBN 978-5-98704-638-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=133505>

8.2. Дополнительная литература:

Белашева, И.В. Технологии формирования модели безопасного поведения: учебное пособие (курс лекций) / И.В. Белашева, Д.А. Ершова, М.Л. Есян ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2017. - 165 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=466801>

Сидоров, В.А. Политическая культура журналиста : учебное пособие / В.А. Сидоров. - Санкт-Петербург : Издательский дом «Петрополис», 2010. - 240 с. - ISBN 978-5-9676-0285-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253944>

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

– Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – www.biblioclub.ru;

– Научная электронная библиотека e-Library – <https://elibrary.ru>;

– «Фолиант» – <http://catalog.ncstu.ru>;

– Издательство «Юрайт» ONLINE – <http://biblio-online.ru>;

– Электронная библиотека диссертаций РГБ – <http://diss.rsl.ru>;

– Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) <http://uisrussia.msu.ru>;

Программное обеспечение:

1. Операционная система: Microsoft Windows 8: Бессрочная лицензия. Договор № 01-эа/13 от 25.02.2013.

2. Операционная система: Microsoft Windows 10: Бессрочная лицензия. Договор № 544-21 от 08.06.2021.

3. Базовый пакет программ Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). Microsoft Office Standard 2013: договор № 01-эа/13 от 25.02.2013г., Лицензия Microsoft Office <https://support.microsoft.com/ru-ru/lifecycle/search/16674>