

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»  
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«30» \_\_\_\_\_ июня \_\_\_\_\_ 2020 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.33**

Политические коммуникации в медиа

Учебный план: ФГОС 3++\_2020-2021\_42.03.02\_ВШПМ\_ОЗО\_Журналистика\_1-2-23.plx

Кафедра: **17** Журналистики и медиатехнологий СМИ

Направление подготовки:  
(специальность) 42.03.02 Журналистика

Профиль подготовки: Журналистика  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
8	УП	17	17	73,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	17	73,75	0,25	3	
Итого	УП	17	17	73,75	0,25	3	
	РПД	17	17	73,75	0,25	3	

Санкт-Петербург  
2020

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 524

Составитель (и):

кандидат социологических наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Колодиев Николай  
Николаевич

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой журналистики и  
медиа технологий сми

\_\_\_\_\_

Шелонаев Сергей  
Игоревич

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Шелонаев Сергей  
Игоревич

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в области политических медиакоммуникаций.

**1.2 Задачи дисциплины:**

ознакомление обучающихся с классическими и современными концепциями политической коммуникации; типологизация основных каналов политической медиакоммуникации и акторов политического дискурса; уяснение основной проблематики современного политического медиадискурса; приобретение навыков анализа содержания политической медиакоммуникации.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования.

Правовые основы журналистики

Основы теории журналистики

Социология журналистики

Теория массовой коммуникации

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах**

**Знать:** базовые характеристики мировой и российской политических систем, функции политических институтов и структур гражданского общества, систему общественных и государственных институтов, сущность информационной политики;

**Уметь:** использовать знания о политике как сфере общественной жизни в подготовке журналистских материалов;

**Владеть:** навыками получения информации в общественных и государственных институтах для создания журналистского материала

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Политический PR в современной России	8					С,Пр
Тема 1. Введение в дисциплину. Понятие политической коммуникации. Политическая коммуникация как составная часть политического процесса. Типология политической коммуникации		2		4	ИЛ	
Тема 2. Теория и практика политического PR и политической рекламы современной России. Функции и типология PR в современных политических кампаниях. PR-коммуникации основных субъектов политического процесса: электоральная и повседневная практика. Политический PR и реклама в сетевой среде.		4			ИЛ	
Тема 3. Политический PR ведущих политических акторов современной России. Система PR-коммуникаций органов власти, политических партий и общественных организаций. Политические PR-кампании, направленные на формирование имиджа политика, органа власти или политической партии.			2	4	ГД	

Тема 4. Политический PR и реклама в электоральном процессе: российская практика. Сравнительный анализ коммуникативной деятельности политических партий в период выборов. Креативные технологии. Предвыборная		3	4	ГД	
Раздел 2. Политическая журналистика современной России					
Тема 5. Политика как объект журналистского анализа. Основные участники политического процесса. Мотивы взаимодействия журналистов с политическими акторами. Политические интересы и потребности медиааудитории. Политическая культура журналиста		4	6	ИЛ	Пр
Тема 6. Участие журналистики в трансформации российской политической системы. Участие журналистики в формировании общественного мнения. Диалог журналистов с властью и оппозицией. Организация национального политического дискурса.		2	4	ИЛ	

Тема 7. Профессиональная специализация в политической журналистике. Основы профессиональной специализации в политической журналистике. Специфика политических и общественно-политических СМИ. Отдел политики универсального издания, его задачи, структура и основные направления работы. Профессионально-должностная специализация. Политический обозреватель. Парламентский корреспондент.		3	4	ИЛ	
Тема 8. Методы изучения политической коммуникации. Традиционный анализ и его возможности. Контент-анализ, его виды и возможности. Меры, направленные на повышение надежности результатов контент-анализа.		2	6	ИЛ	
Тема 9. Партийная пресса современной России. Партийность в журналистике. Роль журналистики в выражении групповых интересов. Типология партийных изданий. Сетевые ресурсы политических партий.			4	ГД	
Тема 10. Современный российский политический журналист. Ведущие политические журналисты современной России. Карьера политического журналиста.			2	4,75	ГД
Тема 11. Социальные медиа как политический ресурс. Популярность социальных сетей. Политические паблики и их специфика. Функции политических пабликов.			2	5	ГД
Тема 12. Образ власти. Образ власти, формируемый государственными и негосударственными СМИ. Персонификация власти в СМИ. Оценочный компонент образа.			2	4	ГД

Тема 13. Образ оппозиции в СМИ. Системная и несистемная оппозиция в государственных и негосударственных СМИ. Оппозиционный лидер.		2	4	ГД	
Тема 14. Политическая культура журналиста и информационная безопасность. Мотивы регулирования политической коммуникации. Правовое регулирование политической журналистики. Специфика правового регулирования сетевых ресурсов.			6	ГД	
Тема 15. Методы изучения политической коммуникации. Традиционный анализ ценностного содержания политического публика.		2	6	ГД	
Тема 16. Контент-анализ политической коммуникации. Ценностная направленность контента политического публика.		2	8	ГД	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	17	73,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		34,25	73,75		

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

##### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ОПК-2	Излагает структуру органов власти и основные политические институты, базовые принципы и правовые основания информационного взаимодействия с ними. Анализирует политическую информацию, применяет теоретические знания для анализа политической ситуации, оценивает надежность и достоверность данных. Получает информации при обращении в органы власти, политические и общественные организации для подготовки журналистских материалов.	Вопросы для устного собеседования, практико-ориентированные задания

##### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Полный, исчерпывающий ответ, демонстрирующий знание основных положений курса. Речь правильная, логически организованная. Отвечающий способен привести примеры из практики СМИ, иллюстрирующие учебный материал.	
Не зачтено	Отвечающий не знает основных положений курса и (или) не способен привести примеры из практики СМИ, иллюстрирующие учебный материал.	

##### 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

##### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 8	

1	Понятие и основные элементы политической коммуникации.
2	Партийная пресса современной России.
3	Методы изучения политической коммуникации.
4	Информационные ресурсы политического журналиста.
5	Профессионально-должностная специализация в политической журналистике.
6	Политическая культура журналиста.
7	Правовое регулирование политической коммуникации в России.
8	Ведущие политические журналисты России.
9	Теоретические модели политической коммуникации.
10	Основные задачи рекламы и PR в политических кампаниях.
11	Основное содержание российского политического медиадискурса.
12	Политическая журналистика как информационный ресурс власти.
13	Политика как объект политической журналистики.
14	Политическая борьба в медиа.
15	Журналистика как объект и субъект политических отношений.
16	Политическая журналистика в политическом и общественно-политическом издании.
17	Взаимодействие журналистов с политиками и политическими экспертами.
18	Обзор политических ресурсов Интернета.
19	Государственные и оппозиционные медиаресурсы.

20	Политическое информирование и агитация в СМИ в период проведения избирательной кампании.
----	--

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Анализ политического публика по плану:

1. Функции данного информационного ресурса
2. Политическая (идеологическая) направленность
3. Транслируемые ценности
4. Целевая аудитория
5. Оценка эффективности

### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

#### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Аттестация проводится в форме устного собеседования. Пользоваться справочными материалами не разрешается. Время на подготовку ответа – 20 минут.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Якунин А. В.	Интернет-журналистика. Интернет-журналистика в контексте массовой коммуникации в медиасреде Интернет	СПб.: СПбГУПТД	2017	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179087">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179087</a>

Тощенко Ж. Т., Бойков В. Э., Волков Ю. Е., Горшков М. К., Дмитриев А. В., Зиятдинова Ф. Г., Комаровский В. С., Лапина Г. П., Левичева В. Ф., Образцов И. В., Соловьев С. С., Охотский Е. В., Павленок П. Д., Романовский Н. В., Сергеев Г. М., Сергеева Л. И., Скакунов Э. И., Фалина А. С., Цветкова Г. А., Чупров В. И., Тощенко Ж. Т.	Политическая социология	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/81530.html">http://www.iprbookshop.ru/81530.html</a>
---	-------------------------	--------------------	------	---

### 6.1.2 Дополнительная учебная литература

Жигалова Н. Г.	Социология массовых коммуникаций	СПб.: СПбГУПТД	2017	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017389">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017389</a>
Сидоров В. А.	Аксиология журналистики	Санкт-Петербург: Петрополис	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/84672.html">http://www.iprbookshop.ru/84672.html</a>

Дзялошинский И. М.	Российские медиа: проблемы вражды, агрессии, насилия	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/80925.html">http://www.iprbookshop.ru/80925.html</a>
Кириллова Н. Б.	Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/68441.html">http://www.iprbookshop.ru/68441.html</a>
Степанов М. А.	Теория и философия медиакommunikаций	СПб.: СПбГУПТД	2014	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2105">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2105</a>
Степанов М. А.	История медиакommunikаций	СПб.: СПбГУПТД	2017	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017413">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2017413</a>
Быков И. А.	Сетевая политическая коммуникация: теория, практика и методы исследования	СПб.: СПбГУПТД	2013	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=1503">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=1503</a>

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

ВЦИОМ [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/>  
Интегрум [Электронный ресурс]. URL: <https://integrum.ru/>  
Медиалогия: мониторинг СМИ и соцмедиа [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mlg.ru/>  
MediaMetrics. Свежие котировки новостей [Электронный ресурс]. URL: <https://mediametrics.ru/rating/ru/online.html>  
НАММИ (Национальная ассоциация исследователей масс-медиа) [Электронный ресурс]. URL: <http://nammi.ru/>  
ЦИРКОН. Исследовательская группа [Электронный ресурс]. URL: <http://www.zircon.ru/>

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска