

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет гуманитарных наук и социальных технологий
Кафедра истории Отечества, регионоведения и международных
отношений

М. В. Карнаухова

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Методические указания
для самостоятельной работы бакалавров
направления подготовки 41.03.04 Политология

Ульяновск 2019

Печатается по решению Ученого совета факультета гуманитарных наук и социальных технологий Ульяновского государственного университета от 27 сентября 2019 года № 8

Карнаухова М. В.

К - Межкультурная коммуникация: методические указания для самостоятельной работы бакалавров направления подготовки 41.03.04 Политология/ М. В. Карнаухова - Ульяновск : УлГУ, 2019 . – 29 с.

Методическое пособие по дисциплине «Межкультурная коммуникация» предназначено в помощь студентам, обучающимся по направлению подготовки 41.03.04 Политология, для самостоятельного изучения обозначенного курса. Методические указания включают в себя требования к результатам освоения дисциплины, тематический план дисциплины, список рекомендуемой литературы, темы рефератов, тесты для самоподготовки, контрольные вопросы к экзамену.

Учебное издание может быть полезно преподавателям и студентам направления «Политология».

© Карнаухова М. В., 2019

© Ульяновский государственный университет, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ.....	6
4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	7
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ	13
7. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ ...	17
8. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ	18
9. ВИДЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЭКЗАМЕН, ЗАЧЕТ)	23
10. ТЕСТЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ	26

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

2.

Цели освоения дисциплины:

- формирование у студентов научных представлений о состоянии политических коммуникаций, особенностях функционирования социально-политических феноменов;
- изучение студентами базовых концепций, категорий, основных методов и подходов политических технологий.

Задачи освоения дисциплины:

- использование принципов и методов политических коммуникаций в понимании важнейших тенденций мировой политики;
- изучение цивилизационных, региональных и национальных разновидностей социальных и политических процессов, современных форм функционирования и развития социально-политических процессов;
- критическая оценка различных подходов в социальной и политической психологии;
- анализ социально-политических феноменов;
- развитие научного мышления.

3. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

а) основная литература:

1. Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 1 : учебник для академического бакалавриата / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 253 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01744-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433477> (дата обращения: 05.10.2019).

2. Боголюбова, Н. М. Межкультурная коммуникация в 2 ч. Часть 2 : учебник для академического бакалавриата / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 263 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01861-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/434283> (дата обращения: 05.10.2019).

3. Гузикова, М. О. Основы теории межкультурной коммуникации : учебное пособие для академического бакалавриата / М. О. Гузикова, П. Ю. Фофанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. — 121 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09551-7 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-7996-1517-8 (Изд-во Урал. ун-та). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433477>

online.ru/bcode/441444 (дата обращения: 05.10.2019).

Дополнительная литература:

1. Таратухина, Ю. В. Деловые и межкультурные коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю. В. Таратухина, З. К. Авдеева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 324 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02346-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432886> (дата обращения: 05.10.2019).
2. Таратухина, Ю. В. Теория межкультурной коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю. В. Таратухина [и др.] ; под редакцией Ю. В. Таратухиной, С. Н. Безус. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 265 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00365-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/436471> (дата обращения: 05.10.2019).
3. Таратухина, Ю. В. Межкультурная коммуникация. Семиотический подход : учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 199 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08259-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/424712> (дата обращения: 05.10.2019).
4. Юдина, А. И. Культурная политика: межкультурная коммуникация и международные культурные обмены : практическое пособие для вузов / А. И. Юдина, Л. С. Жукова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 ; Кемерово : КемГИК. — 47 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-11591-8 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-8154-0478-6 (КемГИК). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/445690> (дата обращения: 05.10.2019).

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

5. <http://lib.ulsu.ru/> – Научная библиотека УлГУ.
6. <https://www.biblio-online.ru> – Электронная библиотека для вузов и ссузов
7. <http://e.lanbook.com/> – ЭБС издательского центра «Лань».
8. <http://lib.ulsu.ru/resurces/resurceseps/1058-2011-10-05-13-18-18> - ЭБС «Консультант студента».

1. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

4.2. по видам учебной работы (в часах) 72 часа

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения _4 зач.ед_____)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		8		
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	32	32		
Аудиторные занятия:	32	32		
Лекции	16	16		
практические и семинарские занятия	16	16		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	40	40		
Всего часов по дисциплине	72			72
Текущий контроль (количество и вид: конт. работа, коллоквиум, реферат)				
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет			зачет

Общая трудоемкость в зач. ед.	4			4
----------------------------------	---	--	--	---

3.2 распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения дневная _____

Название и разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий				
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа
		лекции	практические занятия, семинары	лабораторная работа		
1	2	3	4	5	6	
1. Генезис концепции политической коммуникации	14	2	2			6
• 2. Сущность политической коммуникации: роль и значение политической коммуникации в современном обществе	14	2	2			6
3. Современные технологии политической коммуникации.	14	2	2			6
4. Политическая система общества: коммуникационный базис	14	2	2			6
5. Базовые модели политической коммуникации	14	2	2			6
6. Стратегические политико-коммуникационные кампании	14	2	2			6

• 7. Аудитория как объект направленного информационного воздействия: возможности и пределы политической социализации	14	2	2			2
• 8. Роль информационных технологий в политической практике	14	1	1			1
• 9. Интернет-коммуникация в политической сфере: новые проблемы и новые возможности	14	1	1			1
• зачет						
Итого	72	16	16			40

4.СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

- **Тема 1. Генезис концепции политической коммуникации**

- Элементы политической коммуникации в текстах и памятниках изобразительного искусства цивилизаций Древнего Востока. Начало осмысления коммуникации в качестве инструмента воздействия на политическое сознание и поведение людей в социально-философских учениях Древней Греции и Древнего Рима. Идеи «политического общения» в трудах мыслителей западноевропейского Средневековья и Эпохи Возрождения. Новое время: борьба мнений вокруг проблемы свободы слова. Рассмотрение отдельных сторон политической коммуникации в рамках марксистской концепции идеологии. Ранние работы Г. Лассуэлла по проблемам эффективности воздействия массовой пропаганды. Выделение исследований политической коммуникации в самостоятельное направление в середине XX в.

-

- **Тема 2. Сущность политической коммуникации: роль и значение политической коммуникации в современном обществе**

- Предмет политической коммуникативистики. Основные подходы к определению понятия «политическая коммуникация» в работах зарубежных и отечественных политологов. Модели для анализа коммуникационного процесса: кибернетическая модель, «спираль молчания», модель «привратника», социологическая модель. Разграничение понятий «политическая информация» и «политически значимая информация» как необходимое условие для отграничения политической коммуникации от других видов информационного взаимодействия в социальной сфере. Основные каналы распространения политически значимой информации. Естественная и технически опосредованная политическая коммуникация. Информационно-

коммуникативные системы в политике, различные основания их классификации.

-

- **Тема 3. Современные технологии политической коммуникации**

- Установление эффективной политической коммуникации. Современные тенденции при работе с распространением и фрагментацией социального пространства. Современные альтернативные средства использования информации. Понятие микроуровня социально-политических исследований. Концепция «установления повестки дня» («*agenda-setting*») Д. Шоу и М. Маккомбса. Критические теории политической коммуникации. Политическая кибернетика как макроуровневая концепция, ее функциональный аспект. Принцип обратной связи и коммуникационно-кибернетический гомеостазис. Модель гомеостатической устойчивости политической системы Д. Истона. Возможности и пределы коммуникационно-кибернетического моделирования политических процессов. Основные аспекты функционирования электронного правительства: коммуникация между государственными институтами; коммуникация между госаппаратом и бизнес-структурами; коммуникация между государственными структурами и общественностью.

-

- **Тема 4. Политическая система общества: коммуникационный базис**

- Мир политической деятельности как открытая гомеостатическая система. Понятия общей теории систем (элемент, компонент, структура, подсистема) в политологическом контексте. Коммуникационное определение политической системы общества. Структурно-функциональная модель политической системы, функциональная специализация и взаимодействие ее подсистем. Подсистема политической коммуникации как базис устойчивости политической системы.

-

- **Тема 5. Базовые модели политической коммуникации**

- «Формула Лассуэлла» и ее модификация Р. Брэдкоком. Обобщенная модель коммуникационного процесса Дж. Гербнера. Проблема возможного искажения распространяемых сообщений: модель К. Шеннона и У. Уивера. Обратная связь в политической коммуникации: модели У. Шрамма и М. Дефлёра. Анализ эволюции форм политической коммуникации на основе моделей альтернативных видов движения информации (Й. Бордвик, Б. ван Каам): «вещание», «диалог», «консультация», «регистрация». Тенденции замещения «униполярной» политической коммуникации «вещательного типа» интерактивными процессами.

-

- **Тема 6. Стратегические политико-коммуникационные кампании**

- Понятие стратегической политико-коммуникационной кампании. Общие характеристики и основные виды стратегических политико-коммуникационных кампаний. Нормативная модель стратегической политико-коммуникационной кампании (К. Новак, К. Варнерид). Модели иерархии эффектов политико-коммуникационного воздействия (М. Рэй). Модель процесса кумулятивного коммуникационного эффекта (С. Чаффи, Ч. Роузер). Модели эволюции стратегий развития общественных связей (Дж. Грюниг, Т. Хант): коммуникационная кампания рекламного типа, кампания общественного информирования, двусторонняя асимметричная и двусторонняя симметричная модели. Политическая кампания маркетингового типа: сочетание «убеждающей коммуникации» и «адаптированного предложения».

-

- **Тема 7. Аудитория как объект направленного информационного воздействия: возможности и пределы политической социализации**

- Политическая социализация: понятие, сущность. Социализирующий эффект направленного информационного воздействия: возможности и пределы.

Особенности достижения эффективности информационного воздействия в неконкурентной коммуникационной среде. Технологии «информационной агрессии» и «подавления конкуренции». Моделирование процессов социализирующего информационного воздействия в конкурентной коммуникационной среде (К. Розенгрэн, Дж. Комсток). Анализ возможностей и пределов формирования и изменения политических установок личности в исследовательских традициях «культурного анализа» (Дж. Гербнер, Анненбергская школа) и «установления повестки дня» (Ш. Айенгар, Д. Киндер).

-

- **Тема 8. Роль информационных технологий в политической практике**

- Стратегия формирования информационной повестки дня (ИПД) - Бернард Берелсон. Прием манипуляции общественным сознанием. Основные этапы информационного воздействия на общественное сознание. Специальные приемы и информационных технологий, позволяющих СМИ формировать общественное мнение по наиболее важным политическим вопросам: создание политического резонанса; открытая политическая пропаганда; скрытое информационное внушение; формирование информационной повестки дня; семантическое манипулирование; политическая реклама; фрагментация политических событий; эффект "срочности" политических сообщений; "драматизация" политических событий; создание "образа врага"; формирование политических мифов и имиджей.

-

- **Тема 9. Интернет-коммуникация в политической сфере: новые проблемы и новые возможности**

- Общие представления о технологиях Интернет-коммуникации. Преимущества Интернета по сравнению с традиционными коммуникационными каналами. Проблема правового статуса Интернета. Возможности негативного использования Интернет-коммуникации в социально-политической сфере. Интернет-коммуникация как инструмент расширения позитивных возможностей политического участия. Сущность и перспективы развития технологий «электронной демократии» и «электронного правительства». Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002–2010 годы)», ее роль и значение в формировании механизмов «электронной демократии» в Российской Федерации.

5. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

- **Тема 1. Генезис концепции политической коммуникации (форма проведения – дискуссия)**

- **Вопросы по теме:**

- Элементы политической коммуникации в текстах и памятниках изобразительного искусства цивилизаций Древнего Востока.
- Начало осмысления коммуникации в качестве инструмента воздействия на политическое сознание и поведение людей в социально-философских учениях Древней Греции и Древнего Рима.
- Идеи «политического общения» в трудах мыслителей западноевропейского Средневековья и Эпохи Возрождения.
- Новое время: борьба мнений вокруг проблемы свободы слова.
- Рассмотрение отдельных сторон политической коммуникации в рамках марксистской концепции идеологии.
- Ранние работы Г. Лассуэлла по проблемам эффективности воздействия массовой пропаганды.
- Выделение исследований политической коммуникации в самостоятельное направление в середине XX в.

-

- **Тема 2. Сущность политической коммуникации: роль и значение политической коммуникации в современном обществе (форма проведения – семинар)**

- **Вопросы по теме:**

- Соотношение между понятиями «политика» и «управление», «коммуникация», «управление», «социальная коммуникация» и «политическая коммуникация».
- Предмет политической коммуникативистики.
- Основные подходы к определению понятия «политическая коммуникация» в работах зарубежных и отечественных политологов.
- Разграничение понятий «политическая информация» и «политически значимая информация» как необходимое условие для отграничения политической коммуникации от других видов информационного взаимодействия в социальной сфере.
- Основные каналы распространения политически значимой информации.
- Естественная и технически опосредованная политическая коммуникация.
- Информационно-коммуникативные системы в политике, различные основания их классификации.

- **Тема 3. Современные технологии политической коммуникации (форма проведения – семинар)**

- **Вопросы по теме:**

- Понятие микроуровня социально-политических исследований.
- «Теория волшебной пули» Г. Лассуэлла.
- Двухступенчатая модель коммуникационного воздействия П. Лазарфельда, Б. Берельсона, Х. Годэ и «теории минимальных эффектов».
- Концепция «когнитивного диссонанса» Л. Фестингера.
- Теория «полезности и удовлетворения потребностей» Э. Каца.
- «Теория культивации» Дж. Гербнера.
- Концепция «установления повестки дня» («*agenda-setting*») Д. Шоу и М. Маккомбса.
- Критические теории политической коммуникации.
- Политическая кибернетика как макроуровневая концепция, ее функциональный аспект.
- Принцип обратной связи и коммуникационно-кибернетический гомеостазис.
- Модель гомеостатической устойчивости политической системы Д. Истона.
- Возможности и пределы коммуникационно-кибернетического моделирования политических процессов.

- **Тема 4. Политическая система общества: коммуникационный базис (форма проведения – семинар)**

- **Вопросы по теме:**

- Мир политической деятельности как открытая гомеостатическая система.
- Понятия общей теории систем (элемент, компонент, структура, подсистема) в политологическом контексте.
- Коммуникационное определение политической системы общества.
- Структурно-функциональная модель политической системы, функциональная специализация и взаимодействие ее подсистем.
- Подсистема политической коммуникации как базис устойчивости политической системы.

- **Тема 5. Базовые модели политической коммуникации (форма проведения – семинар)**

- **Вопросы по теме:**

- «Формула Лассуэлла» и ее модификация Р. Брэдкоком.
- Обобщенная модель коммуникационного процесса Дж. Гербнера.

- Проблема возможного искажения распространяемых сообщений: модель К. Шеннона и У. Уивера.
- Обратная связь в политической коммуникации: модели У. Шрамма и М. Дефлёра.
- Анализ эволюции форм политической коммуникации на основе моделей альтернативных видов движения информации (Й. Бордвик, Б. ван Каам): «вещание», «диалог», «консультация», «регистрация».
- Тенденции замещения «униполярной» политической коммуникации «вещательного типа» интерактивными процессами.

- **Тема 6. Стратегические политико-коммуникационные кампании (форма проведения – семинар)**

- **Вопросы по теме:**

- Понятие стратегической политико-коммуникационной кампании.
- Общие характеристики и основные виды стратегических политико-коммуникационных кампаний. Нормативная модель стратегической политико-коммуникационной кампании (К. Новак, К. Варнерид).
- Модели иерархии эффектов политико-коммуникационного воздействия (М. Рэй).
- Модель процесса кумулятивного коммуникационного эффекта (С. Чаффи, Ч. Роузер).
- Модели эволюции стратегий развития общественных связей (Дж. Грюниг, Т. Хант): коммуникационная кампания рекламного типа, кампания общественного информирования, двусторонняя асимметричная и двусторонняя симметричная модели.
- Политическая кампания маркетингового типа: сочетание «убеждающей коммуникации» и «адаптированного предложения».

- **Тема 7. Аудитория как объект направленного информационного воздействия: возможности и пределы политической социализации (форма проведения – семинар)**

- **Вопросы по теме:**

- Политическая социализация: понятие, сущность.
- Социализирующий эффект направленного информационного воздействия: возможности и пределы.
- Особенности достижения эффективности информационного воздействия в неконкурентной коммуникационной среде.
- Технологии «информационной агрессии» и «подавления конкуренции».
- Моделирование процессов социализирующего информационного воздействия в конкурентной коммуникационной среде (К. Розенгрэн, Дж. Комсток).
- Анализ возможностей и пределов формирования и изменения политических установок личности в исследовательских традициях «культурного анализа» (Дж. Гербнер, Анненбергская школа) и «установления повестки дня» (Ш. Айенгар, Д. Киндер).

- **Тема 8. Роль информационных технологий в политической практике (форма проведения – дискуссия)**

- **Вопросы по теме:**

- Понятие «информационной повестки дня» (ИПД)
- Основные факторы, воздействующие на деятельность СМК в информационном поле политики.
- Основные приемы информационных технологий.

- **Тема 9. Интернет-коммуникация в политической сфере: новые проблемы и новые возможности (форма проведения – семинар)**

- **Вопросы по теме:**

- Общие представления о технологиях Интернет-коммуникации.

- Преимущества Интернета по сравнению с традиционными коммуникационными каналами. Проблема правового статуса Интернета.
- Возможности негативного использования Интернет-коммуникации в социально-политической сфере.
- Интернет-коммуникация как инструмент расширения позитивных возможностей политического участия.
- Сущность и перспективы развития технологий «электронной демократии» и «электронного правительства».
- Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002–2010 годы)», ее роль и значение в формировании механизмов «электронной демократии» в Российской Федерации.

6. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Учебным планом не предусмотрены.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

- Рефераты программой дисциплины не предусмотрены.

8. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

- **Тема 1. Генезис концепции политической коммуникации - 4ч.** - Социальные проекты и другие **внеаудиторные методы** обучения (социальные проекты, соревнования, радио и газеты, фильмы, спектакли, выставки, представления, песни и сказки).

- **Вопросы по теме:**

1. Элементы политической коммуникации в текстах и памятниках изобразительного искусства цивилизаций Древнего Востока.
2. Начало осмысления коммуникации в качестве инструмента воздействия на политическое сознание и поведение людей в социально-философских учениях Древней Греции и Древнего Рима.
3. Идеи «политического общения» в трудах мыслителей западноевропейского Средневековья и Эпохи Возрождения.
4. Новое время: борьба мнений вокруг проблемы свободы слова.
5. Рассмотрение отдельных сторон политической коммуникации в рамках марксистской концепции идеологии.
6. Ранние работы Г. Лассуэлла по проблемам эффективности воздействия массовой пропаганды.
7. Выделение исследований политической коммуникации в самостоятельное направление в середине XX в.

- **Тема 2. Сущность политической коммуникации: роль и значение политической коммуникации в современном обществе - 4ч.** - Использование общественных ресурсов (приглашение специалиста, экскурсии) Использование общественных ресурсов (приглашение специалиста, экскурсии)

- **Вопросы по теме:**

1. Соотношение между понятиями «политика» и «управление», «коммуникация», «управление», «социальная коммуникация» и «политическая коммуникация».
2. Предмет политической коммуникативистики.
3. Основные подходы к определению понятия «политическая коммуникация» в работах зарубежных и отечественных политологов.
4. Разграничение понятий «политическая информация» и «политически значимая информация» как необходимое

условие для отграничения политической коммуникации от других видов информационного взаимодействия в социальной сфере.

5. Основные каналы распространения политически значимой информации.
6. Естественная и технически опосредованная политическая коммуникация.
7. Информационно-коммуникативные системы в политике, различные основания их классификации.

•

• **Тема 3. Современные технологии политической коммуникации - 4ч.** - Обучающие игры (ролевые игры, имитации, деловые и образовательные игры); Использование общественных ресурсов (приглашение специалиста, экскурсии)

• **Вопросы по теме:**

1. Понятие микроуровня социально-политических исследований.
2. «Теория волшебной пули» Г. Лассуэлла.
3. Двухступенчатая модель коммуникационного воздействия П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Х. Годэ и «теории минимальных эффектов».
4. Концепция «когнитивного диссонанса» Л. Фестингера.
5. Теория «полезности и удовлетворения потребностей» Э. Каца.
6. «Теория культивации» Дж. Гербнера.
7. Концепция «установления повестки дня» («*agenda-setting*») Д. Шоу и М. Маккомбса.
8. Критические теории политической коммуникации.
9. Политическая кибернетика как макроуровневая концепция, ее функциональный аспект.
10. Принцип обратной связи и коммуникационно-кибернетический гомеостазис.
11. Модель гомеостатической устойчивости политической системы Д. Истона.
12. Возможности и пределы коммуникационно-кибернетического моделирования политических процессов.

•

• **Тема 4. Политическая система общества: коммуникационный базис - 4ч.** - Использование общественных ресурсов (приглашение специалиста, экскурсии)

• **Вопросы по теме:**

1. Мир политической деятельности как открытая гомеостатическая система.
2. Понятия общей теории систем (элемент, компонент, структура, подсистема) в политологическом контексте.
3. Коммуникационное определение политической системы общества.
4. Структурно-функциональная модель политической системы, функциональная специализация и взаимодействие ее подсистем.
5. Подсистема политической коммуникации как базис устойчивости политической системы.

•

• **Тема 5. Базовые модели политической коммуникации - 4ч.** - Социальные проекты и другие **внеаудиторные методы** обучения (социальные проекты, соревнования, радио и газеты, фильмы, спектакли, выставки, представления, песни и сказки).

• **Вопросы по теме:**

1. «Формула Лассуэлла» и ее модификация Р. Брэдкоком.
2. Обобщенная модель коммуникационного процесса Дж. Гербнера.
3. Проблема возможного искажения распространяемых сообщений: модель К. Шеннона и У. Уивера.
4. Обратная связь в политической коммуникации: модели У. Шрамма и М. Дефлёра.
5. Анализ эволюции форм политической коммуникации на основе моделей альтернативных видов движения информации (Й. Бордвик, Б. ван Каам): «вещание», «диалог», «консультация», «регистрация».

- 6. Тенденции замещения «униполярной» политической коммуникации «вещательного типа» интерактивными процессами.

- **Тема 6. Стратегические политико-коммуникационные кампании - 4ч.** - Обучающие игры (ролевые игры, имитации, деловые и образовательные игры); Использование общественных ресурсов (приглашение специалиста, экскурсии)

- **Вопросы по теме:**

1. Понятие стратегической политико-коммуникационной кампании.
2. Общие характеристики и основные виды стратегических политико-коммуникационных кампаний. Нормативная модель стратегической политико-коммуникационной кампании (К. Новак, К. Варнерид).
3. Модели иерархии эффектов политико-коммуникационного воздействия (М. Рэй).
4. Модель процесса кумулятивного коммуникационного эффекта (С. Чаффи, Ч. Роузер).
5. Модели эволюции стратегий развития общественных связей (Дж. Грюниг, Т. Хант): коммуникационная кампания рекламного типа, кампания общественного информирования, двусторонняя асимметричная и двусторонняя симметричная модели.
6. Политическая кампания маркетингового типа: сочетание «убеждающей коммуникации» и «адаптированного предложения».

- **Тема 7. Аудитория как объект направленного информационного воздействия: возможности и пределы политической социализации - 4ч.** - Обучающие игры (ролевые игры, имитации, деловые и образовательные игры)

- **Вопросы по теме:**

1. Политическая социализация: понятие, сущность.
2. Социализирующий эффект направленного информационного воздействия: возможности и пределы.
3. Особенности достижения эффективности информационного воздействия в неконкурентной коммуникационной среде.
4. Технологии «информационной агрессии» и «подавления конкуренции».
5. Моделирование процессов социализирующего информационного воздействия в конкурентной коммуникационной среде (К. Розенгрэн, Дж. Комсток).
6. Анализ возможностей и пределов формирования и изменения политических установок личности в исследовательских традициях «культурационного анализа» (Дж. Гербнер, Анненбергская школа) и «установления повестки дня» (Ш. Айенгар, Д. Киндер).

- **Тема 8. Роль информационных технологий в политической практике - 4ч.** - Использование общественных ресурсов (приглашение специалиста, экскурсии).

- **Вопросы по теме:**

1. Понятие «информационной повестки дня» (ИПД)
2. Основные факторы, воздействующие на деятельность СМК в информационном поле политики.
3. Основные приемы информационных технологий.

- **Тема 9. Интернет-коммуникация в политической сфере: новые проблемы и новые возможности - 4ч.** - Обучающие игры (ролевые игры, имитации, деловые и образовательные игры)

- **Вопросы по теме:**

1. Общие представления о технологиях Интернет-коммуникации.

2. Преимущества Интернета по сравнению с традиционными коммуникационными каналами. Проблема правового статуса Интернета.
3. Возможности негативного использования Интернет-коммуникации в социально-политической сфере.
4. Интернет-коммуникация как инструмент расширения позитивных возможностей политического участия.
5. Сущность и перспективы развития технологий «электронной демократии» и «электронного правительства».
6. Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002–2010 годы)», ее роль и значение в формировании механизмов «электронной демократии» в Российской Федерации.

9. ВИДЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЭКЗАМЕН, ЗАЧЕТ)

• . Вопросы к ЗАЧЕТУ

Индекс компетенции	№ задания	Формулировка вопроса
ОПК-1, УК-4	1.	Сущность, структура и субъекты политических процессов
	2.	Роль политической системы в развитии общества.
	3.	Анализ маркетинговых коммуникаций УлГУ.
	4.	Реклама как вид социальной коммуникаций.
	5.	Политическая коммуникация и ее место в системе социально-политических наук.
	6.	Функции политической коммуникации.
	7.	Политические коммуникации как средство достижения политических результатов.
	8.	Стратегические политико-коммуникационные кампании.
	9.	Основные формы политических коммуникаций с избирателями.
	10.	Политическая коммуникация и ее место в системе социально-политических наук.
	11.	Сущность политической коммуникации.
	12.	Функции политической коммуникации.
	13.	Политические коммуникации как средство достижения политических результатов.
	14.	Стратегические политико-коммуникационные кампании.
	15.	Основные формы политических коммуникаций с избирателями.
	16.	Политическая коммуникация.
	17.	Социология коммуникации и политические коммуникации.
	18.	Политические коммуникации в избирательных компаниях.
	19.	Политическая коммуникация и власть.
	20.	Пропаганда как средство политической коммуникации.
	21.	Возможности ограничения политического манипулирования.
	22.	Сущность, структура, виды, средства и способы .политической коммуникации.
	23.	Семиотические аспекты политического дискурса.
	24.	Деятельность пресс-служб политической партий.
	25.	Коммуникации в инновационном менеджменте.
	26.	Пресс-конференция как коммуникация.
	27.	Роль и значение массовой коммуникации в социально-политических процессах.

	28.	Коммуникационная модель взаимодействия власти и населения.
	29.	Интернет и его влияние в политической коммуникации.
	30.	Теоретические аспекты вербальной и невербальной политической коммуникации.

Критерии и шкалы оценки:

- критерии оценивания – правильные ответы на поставленные вопросы;
- показатель оценивания – процент верных ответов на вопросы;
- шкала оценивания(оценка) – выделено 4 уровня оценивания компетенций:
высокий - более 80% правильных ответов;
достаточный – от 60 до 80 % правильных ответов;
пороговый – от 50 до 60% правильных ответов;
критический – менее 50% правильных ответов.

4.2.1 Задания к ЗАЧЕТУ

Индекс компетенции	№ задания	Формулировка задания
ОПК-1, УК-4	1	Конспекты научных статей по теме 3, раздел 2.
	2	Разработка модели избирательного процесса по теме 6, раздел 2.
	3	Анализ статьи по теме 7, раздел 3.
	4	Конспект научной статьи по теме 7, раздел 3.
	5	Презентация по теме 14, раздел 4.
	6	Эссе по теме 16, раздел 4.
	7	Реферат-презентация на выбор.
	8	Итоговый тест.

Критерии и шкалы оценки:

- критерии оценивания – правильное выполнение задания;
- показатель оценивания – процент правильно выполненных заданий;
- шкала оценивания (оценка) – выделено 3 уровня оценивания компетенций:
 - **высокий (отлично)** - более 80% правильно выполненных заданий;
 - **достаточный (удовлетворительно/хорошо)** – от 50 до 80 % правильно выполненных заданий;
 - **недостаточный (неудовлетворительно)** – менее 50 % правильно выполненных заданий.

4.2.2 Задачи к ЗАЧЕТУ

Индекс компетенции	№ задачи	Условие задачи
ОПК-1, УК-4	1	Составить категориальный аппарат социально-психологического анализа 2-х политических культур (страны на выбор).
	2	Подготовить план выступления с детализацией пунктов по теме «Особенности политического лидерства в России».

	3	Проанализировать концепции «традиционной» социальной психологии, сделать обобщающие выводы по её общетеоретическому значению для социальной и политической психологии в целом.
	4	Провести операционализацию моделируемой ситуации по избирательного процесса в РФ по программе с использованием социологического и политологического инструментария.

Критерии и шкалы оценки:

- критерии оценивания – правильное решение задач;
- показатель оценивания – процент правильно решенных задач;;
- шкала оценивания(оценка) – выделено 4 уровня оценивания компетенций:
- **высокий (отлично)** - более 80% правильно решенных задач;
- **достаточный(хорошо)** – от 60 до 80 % правильно решенных задач;
- **пороговый(удовлетворительно)** – от 50 до 60% правильно решенных задач;
- **критический(неудовлетворительно)** – менее 50% правильно решенных задач.

4.1.Тесты (тестовые задания)

Индекс компетенции	№задания	Тест (тестовое задание)
ОПК-1, УК-4	1	<ul style="list-style-type: none"> • Коммуникации, направленные на усвоение населением определенного объема знаний – это ... • а) коммуникации, направленные на модификацию поведения • б) коммуникации, направленные на закрепление установок • в) образовательные коммуникации среди общественности • г) коммуникации, направленные на формирование ценностей
	2	<ul style="list-style-type: none"> • Определения положения партии (движения) на политической арене – это результат ... • а) маркетингового синтеза • б) ситуационного анализа • в) тактического планирования
	3	<ul style="list-style-type: none"> • Попытка убедить избирателей принять участие в голосовании и доказать, что в условиях а) демократии каждый голос может оказаться решающим – это • б) коммуникации, направленные на модификацию поведения • в) коммуникации, направленные на закрепление установок • г) образовательные коммуникации среди общественности
	4	<ul style="list-style-type: none"> • Заблаговременно предупредить население, помочь ему запомнить нечто важное с точки зрения PR-специалиста – это коммуникации, направленные на ... • а) привлечение внимания общественности • б) информирование общественности • в) закрепление установок
	5	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение узнаваемости, формирование рейтинга – это цель ... этапа избирательной кампании • а) Информационного • б) Пропагандистского • в) закрепляющего

6	<ul style="list-style-type: none"> • . Формирование установки голосовать за кандидата – это цель ... этапа избирательной кампании • а) Информационного • б) Пропагандистского <p>в) закрепляющего</p>
7	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение рейтинга, максимальная узнаваемость политика – это цель ... этапа избирательной кампании. • а) Информационного • б) Пропагандистского <p>в) закрепляющего</p>
8	<ul style="list-style-type: none"> • Соотношение понятий «политический маркетинг» и «избирательный маркетинг» • а) политический маркетинг – часть избирательного маркетинга • б) избирательный маркетинг – часть политического маркетинга <p>в) эти области не пересекаются</p>
9	<ul style="list-style-type: none"> • Требования, предъявляемые к имиджу политической партии • а) востребованность • б) Мифологичность • в) Перфомансность • г) Реалистичность • д) Объективность <p>е) яркость и простота</p>
10	<ul style="list-style-type: none"> • Субъективный имидж политика – это ... • а) представление самого кандидата и его команды о том, какой образ лидера сложился в глазах избирателей • б) впечатление о кандидате, имеющееся у избирателей <p>в) ожидаемый избирателями имидж</p>
11	<ul style="list-style-type: none"> • Социальные характеристики имиджа политика • а) мировоззрение политика, его программа, определенный набор постоянных «лидерских» черт, востребованных электоратом, а также культурных архетипов, связанных в сознании избирателей с позициями и ролями лидера • б) официальное положение, происхождение, величина состояния <p>в) физические и психофизиологические особенности, характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решения, наличие харизмы, умение производить впечатление сильного человека, вызывающего доверие и симпатию, манеры поведения</p>
12	<ul style="list-style-type: none"> • Предоставление общественности фактов или аргументов по отдельной важной проблеме – это коммуникации, направленные на ... • а) привлечение внимания общественности • б) информирование общественности <p>в) закрепление установок</p>
13	<ul style="list-style-type: none"> • Постоянно подчеркивать общность социальных приоритетов и ценностей общественности и коммуникаторов – это коммуникации, направленные на • а) привлечение внимания общественности • б) информирование общественности <p>в) закрепление установок</p>

14	<ul style="list-style-type: none"> • Символические характеристики имиджа политика • а) мировоззрение политика, его программа, определенный набор постоянных «лидерских» черт, востребованных электоратом, а также культурных архетипов, связанных в сознании избирателей с позициями и ролями лидера • б) официальное положение, происхождение, величина состояния • физические и психофизиологические особенности, характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решения, наличие харизмы, в) умение производить впечатление сильного человека, вызывающего доверие и симпатию, манеры поведения
15	<ul style="list-style-type: none"> • Адресная функция политического лидера • а) позиционирует кандидата в среде других • б) улучшает впечатление, производимое политиком, подчеркивает его стиль и привлекательность в) обеспечивает связь между имиджем политика и его целевой аудиторией
16	<ul style="list-style-type: none"> • Требуемый имидж политика – это ... • а) представление самого кандидата и его команды о том, какой образ лидера сложился в глазах избирателей • б) впечатление о кандидате, имеющееся у избирателей в) ожидаемый избирателями имидж
17	<ul style="list-style-type: none"> • Элементы комплекса коммуникаций политического маркетинга • а) политическая реклама • б) управление проблемами • в) организация общественного мнения • г) личная продажа • д) позиционирование е) стимулирование сбыта
18	<ul style="list-style-type: none"> • Персональные характеристики имиджа политика • а) мировоззрение политика, его программа, • б) определенный набор постоянных «лидерских» черт, востребованных электоратом, а также культурных архетипов, связанных в сознании избирателей с позициями и ролями лидера • в) официальное положение, происхождение, величина состояния г) физические и психофизиологические особенности, характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решения, наличие харизмы, умение производить впечатление сильного человека, вызывающего доверие и симпатию, манеры поведения
19	<ul style="list-style-type: none"> • Эстетическая функция политического лидера • а) позиционирует кандидата в среде других • б) улучшает впечатление, производимое политиком, подчеркивает его стиль и привлекательность в) обеспечивает связь между имиджем политика и его целевой аудиторией
20	<ul style="list-style-type: none"> • Функция номинантная политического лидера • а) позиционирует кандидата в среде других • б) улучшает впечатление, производимое политиком, подчеркивает его стиль и привлекательность в) обеспечивает связь между имиджем политика и его целевой аудиторией

	21	<ul style="list-style-type: none"> • Объективный имидж политика – это ... • а) представление самого кандидата и его команды о том, какой образ лидера сложился в глазах избирателей • б) впечатление о кандидате, имеющееся у избирателей • в) ожидаемый избирателями имидж
--	----	---

Критерии и шкалы оценки:

- критерии оценивания – правильные ответы на поставленные вопросы;
 - показатель оценивания – процент верных ответов на вопросы;
 - шкала оценивания(оценка) – выделено 4 уровня оценивания компетенций:
- высокий** - более 80% правильных ответов;
- достаточный** – от 60 до 80 % правильных ответов;
- пороговый** – от 50 до 60% правильных ответов;
- критический** – менее 50% правильных ответов.