

Аннотация по дисциплине

Б1.В.ОД.4 ИДЕОЛОГИЯ И ПРОПАГАНДА В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Объем трудоемкости ОФО: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 24 часа аудиторной нагрузки, в том числе 12 часов лекционного типа, 12 часов семинарского типа, 48 – СРС).

Цель дисциплины «Идеология и пропаганда в современных СМИ» – раскрыть идеологические аспекты функционирования информационного общества. Это предполагает выявление сущностных свойств феномена идеологии и определения ее онтологического статуса в структуре информационного общества. Обращение к этому вопросу имеет мировоззренческое значение. Оно призвано представить способы видения и оценки роли идеологии в современном социальном процессе. Историко-философский взгляд на проблемы идеологии позволяет понять логику развития общественного сознания, ее детерминированность спецификой цивилизации и культуры. Изучение современных концепций идеологии помогает осознать своеобразие информационного этапа в развитии человечества через идеологическую проблематику.

Задачи дисциплины:

- дать знание основных способов концептуализации понятия идеологии;
- дать представление об основных характеристиках феномена идеологии;
- дать представление об актуальных проблемах идеологии информационного общества и современном уровне их анализа;
- определить роль политической пропаганды в современном политическом процессе;
- осознание стилей и методов воздействия политической пропаганды на электоральное поведение;
- формирование представлений о разработке и внедрении политического пропагандистского продукта;
- рассмотреть процесс формирования политических идеологий Запада, основные политические идеологии России конца XIX в.;
- проанализировать и сравнить особенности развития политических идеологий России конца XIX в. и начала XXI в.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина Б1.В.ОД.4 «Идеология и пропаганда в современных СМИ» относится к вариативной части Блока 1 федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика. Дисциплина продолжает формирование профессиональных умений и навыков журналиста и аккумулирует знания, полученные в процессе изучения дисциплин «Процессы эссеизации и художественная публицистика», «Методологические проблемы журналистского творчества», «Методика создания художественно-публицистических текстов». Она является промежуточным этапом в формировании и развитии компетенций, осваиваемых при изучении последующих дисциплин: «Историософия и журналистика», «Текстологический анализ журналистского произведения».

Требования к уровню освоения дисциплины

№ п.п	Индекс	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны
-------	--------	------------------------	-------------------------------------------------------------

.	комп е тенци и	(или её части)	знать	уметь	владеть
1.	ОПК-4	готовность осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ.	об идеологических концептах как эффективном способе корректировки общественного сознания информационного общества; об информационной реальности как выражении концентрированной символической среды; о механизмах манипулирования личностью в предлагаемых условиях; о формировании идеологически ориентированного мировоззрения информационного общества с опорой на оправдание в философии и научном знании; об идеологии как фундаменте ценностно-нормативного консенсуса информационного общества; о каналах влияния идеологии как управлении информационными потребностями; об основных функциях идеологии в информационном обществе.	вести пропагандистскую работу в избирательных кампаниях; формулировать основную идею избирательной кампании; создавать агитационные материалы и фирменный стиль избирательной кампании; использовать технологии информационного присутствия.	приемами создания сообщений в политической пропаганде; приемами расчета ресурсов пропагандистской кампании: финансовых, информационных, идеологических, личностных, административных, организационных; навыками организация работы со СМИ, работы с медиа в критической и чрезвычайной ситуации.
2.	ПК-1	готовность создавать журналистский авторский медиаконтент в форматах и жанрах повышенной	об идеологических концептах как эффективном способе корректировки общественного сознания информационного общества; об	вести пропагандистскую работу в избирательных кампаниях; формулировать основную идею	приемами создания сообщений в политической пропаганде; приемами расчета ресурсов

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		сложности, основываясь на углубленном понимании их специфики, функций, знании технологий и профессиональных стандартов.	информационной реальности как выражении концентрированной символической среды; о механизмах манипулирования личностью в предлагаемых условиях; о формировании идеологически ориентированного мировоззрения информационного общества с опорой на оправдание в философии и научном знании; об идеологии как фундаменте ценностно-нормативного консенсуса информационного общества; о каналах влияния идеологии как управлении информационными потребностями; об основных функциях идеологии в информационном обществе.	избирательной кампании; создавать агитационные материалы и фирменный стиль избирательной кампании; использовать технологии информационного присутствия.	пропагандистской кампании: финансовых, информационных, идеологических, личностных, административных, организационных; навыками организации работы со СМИ, работы с медиа в критической и чрезвычайной ситуации.

Содержание и структура дисциплины (модуля)

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре (для студентов ОФО)

№	Наименование разделов	Количество часов
---	-----------------------	------------------

1	2	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Идеология, пропаганда, характеристика и классификации политических идеологий.	6	2			4
2.	Классические политические идеологии.	6	2			4
3.	Подходов к концептуализации понятия идеология. Идеология и миф. Анализ социальной мифологии.	6	2			4
4.	Трансформация общественного сознания в информационном обществе.	6	2			4
5.	Технологический характер современных форм идеологии.	6	2			4
6.	Роль идеологии в структуре политических процессов информационного общества.	6	2			4
7.	Политическая пропаганда: значение, содержание, история становления.	6		2		4
8.	Политическая пропаганда как форма политической коммуникации.	6		2		4
9.	Стратегическое планирование пропагандистской кампании.	6		2		4
10.	Политическая пропаганда в избирательных кампаниях.	8		2		6
11.	Создание и распространение пропагандистских материалов. Манипулятивные технологии и пропаганда: работа со СМИ и управление новостями.	8		2		6
12.	Итоговый опрос по изученному материалу.	2		2		-
	<i>Итого по дисциплине:</i>	72	12	12		48

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях:
Лекция – визуализация. активизация творческой деятельности.

Вид аттестации: зачет.

Основная литература

1. Акопов Г.Л. Интернет и политика. Монография. – М.: КНОРУС, 2017
2. Мицкевич Э. Телевидение, власть и общество. – М.: Аспект Пресс, 2013.
3. Дейк Т. ван. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. – М.: Либроком, 2014.

Автор – Мороз Олег Николаевич, д. филол. н., проф. кафедры публицистики и журналистского мастерства, факультета журналистики КубГУ.