

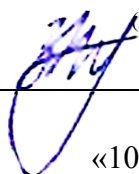
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель образовательной программы

(должность, уч. степень, звание)

Я.А. Захарова

(инициалы, фамилия)


(подпись)
«10» февраля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ


«Современная медиаиндустрия»
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	41.04.04
Наименование направления подготовки/ специальности	Политология
Наименование направленности/ специализации	Инженерия историко-политических нарративов
Форма обучения	очная
Год приема	2026

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

проф., д.э.н., проф.
(должность, уч. степень, звание)


 09.02.2026
(подпись, дата)

К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62
«10» февраля 2026 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

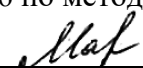
д.э.н., проф.
(уч. степень, звание)

 10.02.2026
(подпись, дата)

К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

старший преподаватель
(должность, уч. степень, звание)

 10.02.2026
(подпись, дата)

М.Б. Капелюш
(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Современная медиаиндустрия» входит в образовательную программу высшего образования – программу магистратуры по направлению подготовки/специальности 41.04.04 «Политология» направленности/специализации «Инженерия историко-политических нарративов». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ОПК-2 «Способен осуществлять поиск и применять перспективные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для комплексной постановки и решения задач профессиональной деятельности»

ОПК-5 «Способен выстраивать стратегию по продвижению публикаций по профилю деятельности в средствах массовой информации на основе базовых принципов медиаменеджмента»

ОПК-7 «Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с интеграцией теоретических и прикладных аспектов политологии, экономики, социологии, журналистики и ИТ-сферы, благодаря чему студенты получают целостное представление о том, как устроена медиаиндустрия и как она воздействует на политическую повестку.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, семинары, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цель преподавания дисциплины – сформировать у студентов целостное теоретическое и практическое понимание современной медиаиндустрии как ключевого института политической коммуникации, а также развить навыки анализа, мониторинга и создания медиаконтента для эффективного участия в политических процессах.

1.2. Дисциплина входит в состав обязательной части образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-2 Способен осуществлять поиск и применять перспективные информационно-коммуникационные технологии и программные средства для комплексной постановки и решения задач профессиональной деятельности	ОПК-2.В.1 владеть методами оцифровки историко-политических материалов; технологиями совместной работы в цифровых средах (облачные документы, видеоконференции, коллаборативные платформы); приемами презентации результатов профессиональной деятельности с использованием мультимедийных и интерактивных средств
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-5 Способен выстраивать стратегию по продвижению публикаций по профилю деятельности в средствах массовой информации на основе базовых принципов медиаменеджмента	ОПК-5.3.1 знать особенности разных типов СМИ и цифровых платформ (ТВ, пресса, соцсети, блоги); методы анализа целевой аудитории и медиапотребления; нормы этики и правовые основы публицистической деятельности ОПК-5.У.1 уметь разрабатывать стратегию продвижения публикаций по профилю деятельности; выстраивать взаимодействие с редакциями и платформами для размещения материалов ОПК-5.В.1 владеть навыками написания и редактирования текстов для разных медиаформатов; приемами формирования медиаповестки в рамках профильной тематики
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-7 Способен самостоятельно выстраивать стратегии представления	ОПК-7.3.1 знать основные каналы распространения информации (СМИ, соцсети, академические платформы и др.); ИКТ-инструменты для подготовки и трансляции контента (визуализация,

	результатов своей профессиональной деятельности, в том числе в публичном формате, на основе подбора соответствующих информационно-коммуникативных технологий и каналов распространения информации	видео, инфографика); нормы этики и требования к публичному представлению данных ОПК-7.У.1 уметь определять целевую аудиторию и подбирать оптимальные форматы подачи материала; разрабатывать стратегии презентации результатов деятельности с учетом канала и контекста; использовать ИКТ для создания наглядных и убедительных материалов (презентации, отчеты, публикации)
--	---	---

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Политический процесс в России и мире»,
- «Медиапроектирование».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- «Производственная проектная практика».

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№3
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	3/ 108	3/ 108
Из них часов практической подготовки		
Аудиторные занятия, всего час.	34	34
в том числе:		
лекции (Л), (час)	17	17
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	17	17
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	36	36
Самостоятельная работа, всего (час)	38	38
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.)	Экз.,	Экз.,

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий. Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП/КР (час)	СР (час)
Семестр 3					
Раздел 1. Медиа как институт политической и социальной коммуникации	4	4	0	0	9
Тема 1.1. Медиа: посредник, бизнес или инструмент влияния?	2	2	0	0	3
Тема 1.2. История развития медиа	1	1	0	0	3
Тема 1.3. Типология медиарынков	1	1	0	0	3
Раздел 2. Политическая экономия медиа	4	4	0	0	9
Тема 2.1. Информация и идеи: свобода слова или товар?	2	2	0	0	3
Тема 2.2. Влияние финансового и политического рынков на медиарынок	1	1	0	0	3
Тема 2.3. Формирование современного российского медиарынка	1	1	0	0	3
Раздел 3. Медиа и политика: взаимовлияние	4	4	0	0	10
Тема 3.1. Медиатизация политики	2	2	0	0	4
Тема 3.2. Новые медиа и цифровая революция	1	1	0	0	3
Тема 3.3. Глобальные и региональные медиасистемы	1	1	0	0	3
Раздел 4. Практика медиааналитики и производства контента	5	5	0	0	10
Тема 4.1. Инструменты мониторинга и аналитики	2	2	0	0	3
Тема 4.2. Создание медиапродукта	2	2	0	0	4
Тема 4.3. Решение практических кейсов	1	1	0	0	3
Итого в семестре	17	17	0	0	38
Итого	17	17	0	0	38

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

№ раздела	Название и содержание лекционных тем	Форма проведения
1	Медиа как институт политической и социальной коммуникации	
1.1	Медиа: посредник, бизнес или инструмент влияния? Определение медиа, их социальные и политические функции. Подходы к пониманию медиа (инструменталистский, институциональный, деятельностный). Роль	Лекция-беседа с элементами проблемного изложения. Проводится интерактивная дискуссия о целях современных медиа.

	медиа в формировании общественного мнения и политической повестки.	
1.2	История развития медиа Эволюция средств массовой информации: от печатных изданий до цифровых платформ. Основные этапы: изобретение книгопечатания, появление газет, радио, телевидения, интернета. Трансформация медиа на рубеже XX–XXI вв.	Лекция с демонстрацией слайдов и хронологических схем. Управляемая беседа о влиянии технологических прорывов на политику.
1.3	Типология медиарынков Классификация СМИ по способу распространения, собственности, аудитории, контенту. Сегментация медиарынка. Национальные и глобальные медиахолдинги. Особенности российского медиарынка.	Лекция-презентация с элементами мозгового штурма: студенты предлагают собственные критерии классификации.
2	Политическая экономия медиа	
2.1	Информация и идеи: свобода слова или товар? Медиа как экономический агент. Товарная природа информации. Модели финансирования: государственная поддержка, реклама, подписка, краудфандинг. Влияние экономических факторов на содержание и политическую направленность контента.	Лекция с разбором кейсов (примеры коммерческих и государственных СМИ). Включена управляемая дискуссия о допустимости коммерциализации новостей.
2.2	Влияние финансового и политического рынков на медиарынок Взаимосвязь политической власти и медиакапитала. Концентрация медиасобственности и её последствия для плюрализма. Лоббизм, скрытая реклама, пропаганда.	Проблемная лекция с элементами «круглого стола». Студенты анализируют реальные примеры слияний и поглощений в медиасфере.
2.3	Формирование современного российского медиарынка Исторический обзор развития медиа в России (советская модель, переходный период, современное состояние). Крупнейшие медиахолдинги (ВГТРК, Газпром-медиа, НМГ). Роль государства в регулировании медиа.	Лекция с демонстрацией инфографики и сравнительных таблиц. Проводится интерактивный опрос о восприятии российских СМИ.
3	Медиа и политика: взаимовлияние	
3.1	Медиатизация политики Понятие медиатизации, её стадии. Сращивание политических и медийных элит. Политика как шоу-бизнес: перформативные практики, имиджевые стратегии. Влияние теледебатов и социальных сетей на электоральные процессы.	Лекция-дискуссия с просмотром видеофрагментов политических ток-шоу и дебатов. Обсуждение в формате «за и против» медиатизации.
3.2	Новые медиа и цифровая революция Социальные сети, блоги, мессенджеры как	Лекция с демонстрацией статистических данных и

	новая политическая арена. Алгоритмы рекомендаций, «пузыри фильтров», эхо-камеры. Роль новых медиа в мобилизации протестов и продвижении политических кампаний.	графиков. Мозговой штурм по прогнозированию развития цифровых медиа.
3.3	Глобальные и региональные медиасистемы Сравнительный анализ моделей СМИ (либеральная, социально-ответственная, авторитарная, советская). Примеры зарубежных медиа (BBC, CNN, Al Jazeera, RT). Региональные особенности (Европа, США, Китай, арабский мир).	Лекция с использованием карт и кейсов. Управляемая дискуссия о влиянии глобальных медиа на национальный суверенитет.
4	Практика медиааналитики и производства контента	
4.1	Инструменты мониторинга и аналитики Методы сбора и обработки данных о медиаактивности (контент-анализ, контент-мониторинг, социальный слух). Обзор профессиональных сервисов (Медиалогия, Brand Analytics, Google Trends).	Лекция с онлайн-демонстрацией работы аналитических платформ. Проводится интерактивное упражнение по анализу заданной новости.
4.2	Создание медиапродукта Основы журналистики: жанры, структура новостного текста, правила написания колонок и пресс-релизов. Особенности контента для разных платформ (ТВ, соцсети, подкасты). Этические нормы и факт-чекинг.	Лекция-мастер-класс с элементами творческого задания. Студенты в режиме мозгового штурма разрабатывают концепцию короткого политического ролика.
4.3	Решение практических кейсов Разбор конкретных ситуаций из политической практики: разработка коммуникационной стратегии, реагирование на кризис, создание информационного повода. Анализ успешных и неудачных кейсов.	Лекция-кейс-стади с вовлечением студентов в коллективное решение. Форма — управляемая дискуссия с защитой предложенных вариантов.

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
1	Анализ функций медиа и исторических этапов их развития Обсуждение роли медиа как политического	Групповая дискуссия с элементами мозгового штурма. Студенты разбиваются на мини-группы, каждая защищает одну из	2	2	1

	института; сопоставление функций СМИ в разные исторические эпохи (на примере печати, радио, ТВ, интернета); выявление закономерностей влияния технологических изменений на политическую коммуникацию.	функций медиа (информационную, контрольную, социализацию и т.д.), приводя исторические примеры.			
2	Типология современных медиа рынков Классификация медиа по различным критериям (способ распространения, собственность, аудитория, жанр). Сравнительный анализ государственных и частных СМИ, нишевых и массовых изданий. Разработка собственной классификационной сетки для заданного набора медиа.	Решение ситуационных задач с использованием кейсов. Студентам предлагаются описания 5–6 конкретных медиа (ТВ-каналы, газеты, сайты, Telegram-каналы), необходимо определить их тип, целевую аудиторию и бизнес- модель. Завершается групповой дискуссией о перспективах различных типов медиа.	2	2	1
3	Экономические модели медиа: финансирование и концентрация Анализ источников доходов СМИ (реклама, подписка, госсубсидии, краудфандинг). Изучение влияния концентрации капитала на содержание новостей. На примере крупнейших медиахолдингов (в т.ч. российских) оценивается степень плюрализма.	Деловая игра «Редакционный совет». Студенты получают роли главного редактора, владельца, рекламодателя и представителя гражданского общества. Им необходимо принять решение о публикации спорного материала с учётом экономических и политических факторов. Проводится анализ последствий принятых решений.	2	2	2
4	Современный российский медиа рынок: структура и ключевые игроки Обзор крупнейших	Кейс-стади на основе реальных событий (например, освещение выборов или резонансного	2	2	2

	<p>медиахолдингов (ВГТРК, Газпром-медиа, НМГ, RT и др.), их политическая и экономическая роль. Анализ нормативно-правовой базы, регулирующей медиа в РФ. Оценка влияния государства на медиасреду.</p>	<p>политического события в разных СМИ). Студенты готовят краткие аналитические справки о позиции каждого медиа и обсуждают их в формате «круглого стола».</p>			
5	<p>Медиатизация политики и новые медиа Изучение феномена медиатизации: как политика становится зависимой от медиалогии. Анализ роли социальных сетей, блогов и мессенджеров в формировании политической повестки. Оценка эффектов «пузыря фильтров» и «эхо-камер».</p>	<p>Имитационное занятие «Политический ток-шоу». Студенты делятся на «ведущих», «экспертов» и «зрителей», имитируют обсуждение актуальной темы с учётом медиатехнологий (использование хештегов, опросов, прямых эфиров). Проводится мозговой штурм по прогнозированию трендов цифровых медиа.</p>	2	2	3
6	<p>Сравнительный анализ глобальных и региональных медиасистем Сопоставление моделей СМИ (либеральная, социально-ответственная, авторитарная, советская). Анализ конкретных зарубежных медиа (BBC, CNN, Al Jazeera, RT, Deutsche Welle). Выявление особенностей медиа в разных странах и культурных контекстах.</p>	<p>Групповая работа с кейсами. Каждая группа получает задание проанализировать одно зарубежное СМИ по заданным критериям (собственность, редакционная политика, освещение политических событий). Результаты представляются в виде мини-презентаций и обсуждаются в общей дискуссии.</p>	2	2	3
7	<p>Инструменты мониторинга и аналитики медиа Освоение профессиональных сервисов (Медиалогия,</p>	<p>Практическая лабораторная работа в компьютерном классе (или с использованием собственных устройств)</p>	2	2	4

	Brand Analytics, Google Trends, системы мониторинга соцсетей). Практическое задание: провести мониторинг упоминаний заданного политического субъекта за последнюю неделю, выявить тональность и ключевые темы.	с пошаговым выполнением задания. Форма – интерактивный тренинг с разбором ошибок. Завершается коллективным обсуждением полученных результатов и их интерпретацией.			
8	Создание медиапродукта и решение прикладных кейсов Разработка собственного медиаматериала на политическую тему (пресс-релиз, пост для соцсетей, короткая аналитическая заметка, подкаст). Разбор кризисных коммуникационных ситуаций и выработка стратегии реагирования.	Деловая игра «Пресс-служба политической партии» (3 часа). Студенты получают вводную о гипотетическом скандале и должны в течение занятия: — разработать официальный комментарий; — подготовить пост для Telegram и короткое видеообращение; — смоделировать ответы на неудобные вопросы журналистов. Используются элементы ролевой игры и коллективное проектирование.	3	3	4
Итого			17		

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
	Всего			

4.5. Выполнение курсового проекта/ курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 3, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	20	20
Курсовое проектирование (КП, КР)		
Расчетно-графические задания (РГЗ)		
Выполнение реферата (Р)		
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	8	8
Домашнее задание (ДЗ)		
Контрольные работы заочников (КРЗ)		
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	10	10
Всего:	38	38

5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. разделов 6-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2264863 (дата обращения: 08.07.2026). – Режим доступа: по подписке.	Чернявская, В. Е. Медиалингвистика: жанры, дискурсивные практики, мультимодальность : учебное пособие / В. Е. Чернявская. – Москва : ФЛИНТА, 2026. - 192 с. – ISBN 978-5-9765-5869-4. - Текст : электронный.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2264852 (дата обращения: 08.07.2026). – Режим доступа: по подписке.	Медиалингвистика цифровой эпохи : монография / Е. А. Баженова, Е. Н. Басовская, Т. А. Воронцова [и др.] ; под ред. Н. И. Клушиной, Т. В. Ицкович, Е. Н. Басовской. - Москва : ФЛИНТА, 2026. - 256 с. - ISBN 978-5-9765-5868-7. - Текст : электронный.	

URL: https://znanium.ru/catalog/product/2264851 (дата обращения: 08.07.2026). – Режим доступа: по подписке.	Клушина, Н. И. Медиакоммуникация: универсальные и культурно-специфические измерения : учебное пособие / Н. И. Клушина, М. А. Васильченко. - Москва : ФЛИНТА, 2026. - 88 с. - ISBN 978-5-9765-5931-8. - Текст : электронный.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2261910 (дата обращения: 08.07.2026). – Режим доступа: по подписке.	Кувшинов, Ф. В. Современный медиатекст: теория и практика : учебное пособие / Ф. В. Кувшинов. - 2-е изд., доп. - Липецк : ЛГПУ имени П. П. Семёнова-Тян-Шанского, 2024. - 97 с. - ISBN 978-5-907989-04-7. - Текст : электронный.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2258955 (дата обращения: 08.07.2026)	Журналистика и медиакоммуникации в цифровой среде – 2025: сборник научных трудов IV Всероссийской студенческой научно- практической конференции с международным участием (Москва, 21 марта 2025 г.) / отв. ред. Д. В. Неренц. – Москва : РГГУ, 2025. – 329 с. – ISBN 978-5-7281-3536-4. - Текст : электронный.	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
https://lms.guap.ru/new/	Электронная информационно-образовательная среда LMS ГУАП
https://pro.guap.ru/	Электронная информационно-образовательная среда ГУАП «Интегрированная среда обучения»

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1.	Электронная информационно-образовательная среда ГУАП «Интегрированная среда обучения» (https://pro.guap.ru/) разработана сотрудниками ГУАП (введена в эксплуатацию приказом ГУАП от 06.06.2017 № 05-215/17), перечень модулей и их функциональное назначение изложены по ссылке https://guap.ru/it/system/iso
2.	Официальный сайт образовательной организации в сети «Интернет»

	(https://guap.ru/), разработан сотрудниками ГУАП (введен в эксплуатацию Приказом ГУАП от 23.03.2023 № 05-145/23)
3.	Microsoft Office 2019 (договор ГУАП, информация о лицензии представлена по ссылке https://guap.ru/it/system/iso/po)
4.	MozillaFirefox(лицензии GPL/LGPL/MPL)

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1.	Электронный каталог библиотеки ГУАП с доступом к базе полнотекстовых изданий (https://lib.guap.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП
2.	Научная электронная библиотека «eLIBRARY» (https://elibrary.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
3.	ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
4.	ЭБС Znaniium (https://znaniium.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
5.	образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
6.	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» (https://cyberleninka.ru/), свободный доступ
7.	"Консультант Плюс" (www.consultant.ru) сетевая версия для образовательных организаций, доступ по IP -адресам ГУАП
8.	Федеральный портал «Российское образование» (https://ro-edu.ru/), свободный доступ
9.	Реферативная база данных рецензируемой научной литературы Scopus (https://www.scopus.com/), доступ по IP -адресам ГУАП

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1.	Учебная аудитория для занятий лекционного типа, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации - Мультимедийная лекционная аудитория: Специализированная мебель; технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории; набор демонстрационного оборудования. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
2.	Библиотека, Интернет-класс ГУАП (для самостоятельной работы). Помещения укомплектованы специализированной	

	мебелью, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет». Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
--	--	--

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену; Тесты.

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«отлично» «зачтено»	Обучающийся: – глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно связывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 90% до 100% тестовых заданий**.
«хорошо» «зачтено»	Обучающийся: – твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 70% до 89% тестовых заданий**.
«удовлетворительно» «зачтено»	– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 51% до 69% тестовых заданий**.

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений. – правильно выполнил менее 51% тестовых заданий**.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
1.	Дайте определение медиа. Какие основные подходы к пониманию сущности медиа существуют в современной науке?	ОПК-2.В.1
2.	Перечислите и охарактеризуйте социальные и политические функции средств массовой информации.	ОПК-5.3.1
3.	Опишите эволюцию медиа от печатных изданий до цифровых платформ. Какие технологические прорывы оказали ключевое влияние на трансформацию медиасреды?	ОПК-5.У.1
4.	Что такое типология медиарынков? Назовите основные критерии классификации СМИ и приведите примеры для каждого типа.	ОПК-5.В.1
5.	В чём отличие массовых медиа от нишевых? Как это различие сказывается на политической коммуникации?	ОПК-7.3.1
6.	Какую роль играют медиа в формировании общественного мнения и политической повестки дня? Приведите теоретические обоснования (теория установления повестки, теория фрейминга и др.).	ОПК-7.У.1
7.	Раскройте тезис «Информация — это товар». Каковы экономические последствия коммерциализации новостного контента?	ОПК-2.В.1
8.	Назовите основные модели финансирования медиа (государственная поддержка, реклама, подписка, краудфандинг и др.). Приведите достоинства и недостатки каждой модели.	ОПК-5.3.1
9.	Как концентрация медиасобственности и формирование крупных холдингов влияют на плюрализм мнений и демократические процессы?	ОПК-5.У.1
10.	Охарактеризуйте взаимосвязь политического и финансового рынков с медиарынком. Как проявляется лоббизм и скрытое влияние в медиа?	ОПК-5.В.1
11.	Проанализируйте структуру современного российского медиарынка. Назовите крупнейшие медиахолдинги и охарактеризуйте их политическую ориентацию.	ОПК-7.3.1
12.	Какова роль государства в регулировании медиа в России? Какие законы и нормативные акты регулируют деятельность СМИ?	ОПК-7.У.1
13.	Что такое медиатизация политики? Назовите стадии медиатизации и приведите примеры из современной политической практики.	ОПК-2.В.1
14.	Как политика превращается в «шоу-бизнес» под влиянием медиа? Раскройте понятие перформативных практик и имиджевых стратегий политиков.	ОПК-5.3.1
15.	Какое влияние оказывают социальные сети, блоги и мессенджеры на современные политические процессы? Приведите позитивные и	ОПК-5.У.1

	негативные аспекты.	
16.	Объясните феномены «пузырей фильтров», «эхо-камер» и алгоритмических рекомендаций. Как они влияют на политическую поляризацию общества?	ОПК-5.В.1
17.	Сравните глобальные и региональные медиасистемы. Какие модели СМИ выделяют в сравнительной политологии (либеральная, социально-ответственная, авторитарная, советская)?	ОПК-7.3.1
18.	Проанализируйте на примере конкретных зарубежных СМИ (BBC, CNN, Al Jazeera, RT) их редакционную политику и влияние на международную аудиторию.	ОПК-7.У.1
19.	Перечислите основные методы анализа медиаконтента. Чем отличается контент-анализ от контент-мониторинга?	ОПК-2.В.1
20.	Назовите современные инструменты для мониторинга СМИ и социальных сетей (Медialogия, Brand Analytics, Google Trends и др.). Какие возможности они предоставляют политологу?	ОПК-5.3.1
21.	Опишите структуру новостного текста. Какие правила написания журналистских материалов необходимо соблюдать для объективного освещения политических событий?	ОПК-5.У.1
22.	Какие жанры журналистики наиболее востребованы в политической коммуникации (новость, колонка, интервью, аналитическая статья, пресс-релиз)? В чём их особенности?	ОПК-5.В.1
23.	Что такое факт-чекинг и почему он важен в современной медиасреде? Приведите примеры успешного и неудачного факт-чекинга.	ОПК-7.3.1
24.	Каковы этические нормы и профессиональные стандарты журналиста при освещении политических конфликтов и кризисных ситуаций?	ОПК-7.У.1
25.	Какую роль медиа играют в избирательных кампаниях? Приведите примеры использования ТВ-дебатов, социальных сетей и таргетированной рекламы.	ОПК-2.В.1
26.	Каковы основные вызовы и угрозы для современной медиаиндустрии (дезинформация, фейковые новости, кибербезопасность, цензура)?	ОПК-5.3.1
27.	Сравните состояние медиасферы в России и в одной из зарубежных стран по вашему выбору (США, Великобритания, Китай, Германия и др.) по критериям: структура собственности, уровень свободы, роль в политической жизни.	ОПК-5.У.1
28.	Какие тренды развития медиа можно прогнозировать на ближайшие 5–10 лет (искусственный интеллект, иммерсивные технологии, децентрализация)?	ОПК-5.В.1
29.	Охарактеризуйте влияние новых медиа на формирование протестных движений и политическую мобилизацию (на примере конкретных событий).	ОПК-7.3.1
30.	В чём заключается специфика работы пресс-службы политической партии или государственного органа? Какие инструменты коммуникации используются?	ОПК-7.У.1

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.
Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Перечень тем для выполнения курсового проекта/ курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для выполнения курсового проекта / курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для выполнения курсового проекта/ курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора						
	<p><i>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i> Медиатизация политики – это:</p> <p>а) процесс использования политиками средств массовой информации для прямой агитации б) процесс возрастания зависимости политических институтов, процессов и поведения акторов от логики, форматов и ритмов функционирования медиа в) процесс сокращения влияния телевидения и традиционных СМИ на политическое сознание граждан г) процесс тотального государственного регулирования всех медиаресурсов в стране</p> <p><i>2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.</i> К числу основных социально-политических функций медиа в современном демократическом обществе относятся:</p> <p>а) информационная функция (сбор и распространение фактов) б) функция контроля за деятельностью органов власти («четвёртая власть») в) функция непосредственного производства материальных товаров г) функция политической социализации и формирования общественного мнения д) функция цензуры и прямого ограничения свободы слова е) функция рекреации и развлечения (эскапизм)</p> <p><i>3. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВ.</i> Установите соответствие между типами медиасистем (по классификации Холлина и Манчини) и их основными характеристиками.</p> <table border="1" data-bbox="347 1771 1294 2065"> <thead> <tr> <th>Тип медиасистемы</th> <th>Основные характеристики</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>А) Либеральная модель</td> <td>1) Сильная государственная интервенция, высокий политический параллелизм, слабое развитие коммерческой прессы</td> </tr> <tr> <td>Б) Демократическая корпоративистская модель</td> <td>2) Рыночная ориентация, слабый политический</td> </tr> </tbody> </table>	Тип медиасистемы	Основные характеристики	А) Либеральная модель	1) Сильная государственная интервенция, высокий политический параллелизм, слабое развитие коммерческой прессы	Б) Демократическая корпоративистская модель	2) Рыночная ориентация, слабый политический	ОПК-2.В.1
Тип медиасистемы	Основные характеристики							
А) Либеральная модель	1) Сильная государственная интервенция, высокий политический параллелизм, слабое развитие коммерческой прессы							
Б) Демократическая корпоративистская модель	2) Рыночная ориентация, слабый политический							

	<p>параллелизм, высокий уровень профессионализма журналистики, коммерческое финансирование</p>	
<p>В) Поляризованная плюралистическая модель</p>	<p>3) Сильный политический параллелизм, значительная государственная поддержка, высокая степень институционализации, исторический корпоративизм</p>	
<p>4. Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов производства новостного медиапродукта в редакции СМИ. Запишите соответствующую последовательность цифр.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Получение задания от редактора (или планирование материала) 2. Сбор информации (интервью, запросы, работа с источниками) 3. Написание текста (или создание видео/аудиоматериала) 4. Редактирование и факт-чекинг 5. Согласование с главным редактором (или выпускающим редактором) 6. Публикация (размещение на платформе, эфир) <p>5. Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.</p> <p>Охарактеризуйте роль социальных сетей и новых медиа в современных избирательных кампаниях. Какие новые возможности и риски они создают для политических акторов? Приведите конкретные примеры.</p>		
<p>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</p> <p>Концентрация медиасобственности в нескольких крупных холдингах приводит к:</p> <ol style="list-style-type: none"> а) увеличению разнообразия мнений и плюрализма в СМИ б) снижению рисков распространения недостоверной информации в) ограничению доступа альтернативных точек зрения и формированию олигополии на рынке идей г) полной независимости журналистов от владельцев СМИ <p>2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.</p> <p>Какие из перечисленных мер относятся к государственному регулированию медиа в Российской Федерации?</p> <ol style="list-style-type: none"> а) лицензирование теле- и радиовещания б) регистрация средств массовой информации в Роскомнадзоре в) прямое назначение главных редакторов всех СМИ президентом г) установление требований к объёму рекламы в эфире д) запрет на использование иностранных слов в любых публикациях е) контроль за соблюдением законодательства о противодействии экстремизму и терроризму <p>3. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции,</p>		<p>ОПК-5.3.1 ОПК-5.У.1 ОПК-5.В.1</p>

	<p>данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ.</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="347 264 821 450">А) Коммерческая модель финансирования СМИ</td> <td data-bbox="821 264 1295 450">1) Финансирование осуществляется за счёт государственного бюджета, редакционная политика подконтрольна властям</td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 450 821 595">Б) Государственная (бюджетная) модель</td> <td data-bbox="821 450 1295 595">2) Доходы формируются за счёт подписки и розничной продажи изданий, без рекламной зависимости</td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 595 821 781">В) Модель общественного вещания</td> <td data-bbox="821 595 1295 781">3) Основной источник доходов – продажа рекламного пространства и спонсорство, контент ориентирован на массовую аудиторию</td> </tr> <tr> <td data-bbox="347 781 821 931">Г) Подписная модель</td> <td data-bbox="821 781 1295 931">4) Абонентская плата (налог) от населения, независимость от государства и рекламодателей, миссия служения обществу</td> </tr> </table>	А) Коммерческая модель финансирования СМИ	1) Финансирование осуществляется за счёт государственного бюджета, редакционная политика подконтрольна властям	Б) Государственная (бюджетная) модель	2) Доходы формируются за счёт подписки и розничной продажи изданий, без рекламной зависимости	В) Модель общественного вещания	3) Основной источник доходов – продажа рекламного пространства и спонсорство, контент ориентирован на массовую аудиторию	Г) Подписная модель	4) Абонентская плата (налог) от населения, независимость от государства и рекламодателей, миссия служения обществу	
А) Коммерческая модель финансирования СМИ	1) Финансирование осуществляется за счёт государственного бюджета, редакционная политика подконтрольна властям									
Б) Государственная (бюджетная) модель	2) Доходы формируются за счёт подписки и розничной продажи изданий, без рекламной зависимости									
В) Модель общественного вещания	3) Основной источник доходов – продажа рекламного пространства и спонсорство, контент ориентирован на массовую аудиторию									
Г) Подписная модель	4) Абонентская плата (налог) от населения, независимость от государства и рекламодателей, миссия служения обществу									
	<p>4. Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов регистрации нового печатного СМИ в России (согласно Закону «О СМИ»). Запишите соответствующую последовательность цифр.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка учредительных документов и заявления в Роскомнадзор 2. Получение свидетельства о регистрации СМИ 3. Оплата государственной пошлины 4. Подача документов в регистрирующий орган (Роскомнадзор) 5. Проверка документов и принятие решения о регистрации (либо отказ) 6. Включение СМИ в реестр зарегистрированных СМИ <p>5. Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.</p> <p>Проанализируйте, как влияет высокая доля государственного финансирования СМИ на политическую независимость журналистики и качество информации. Приведите примеры из российской или зарубежной практики.</p>									
	<p>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</p> <p>Феномен «эхо-камеры» в социальных сетях означает:</p> <ol style="list-style-type: none"> а) способность пользователей находить альтернативные точки зрения и сравнивать их б) ситуацию, когда алгоритмы и личный выбор пользователя ограничивают контакт с противоречащей информацией, укрепляя существующие убеждения в) официальный инструмент модерации контента, разработанный платформами г) метод повышения достоверности новостей за счёт повторной 	ОПК-7.3.1								

проверки фактов

2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какие из перечисленных инструментов могут использоваться политологом для мониторинга общественного мнения в социальных медиа?

- а) анализ тональности упоминаний с помощью сервисов (Brand Analytics, Медиалогия)
- б) проведение контент-анализа текстов по заданной тематике
- в) измерение охвата и частоты упоминаний ключевых персон
- г) организация фокус-групп в офлайн-режиме
- д) полное отсутствие каких-либо методов, так как социальные сети не отражают мнение общества
- е) мониторинг использования хештегов и геотегов

3. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ.

А) Дезинформация (disinformation)	1) Распространение ложной информации по незнанию или ошибке, без намерения навредить
Б) Фейковые новости (fake news)	2) Целенаправленное распространение заведомо ложных сведений с целью манипуляции
В) Миссинформация (misinformation)	3) Инструменты проверки достоверности фактов и утверждений в медиа
Г) Факт-чекинг	4) Ложные новостные материалы, имитирующие форму традиционных СМИ, часто для получения кликов или политического воздействия

4. Прочитайте текст и установите правильную последовательность шагов при проведении контент-анализа политического медиатекста. Запишите соответствующую последовательность цифр.

- 1. Формулировка гипотезы исследователя
- 2. Выбор категорий анализа (темы, образы, оценки)
- 3. Пилотное кодирование и коррекция методики
- 4. Отбор источника (текста, выборки публикаций)
- 5. Расчёт коэффициентов надёжности и интерпретация результатов
- 6. Основное кодирование и занесение данных в таблицу

5. Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Опишите стратегию использования социальных сетей для повышения доверия к политическому лидеру в условиях

	нарастающего потока фейков и негативных публикаций. Какие шаги и инструменты вы предложите?	
--	---	--

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11.; Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1 Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала:

- постановка задачи;
- основные сведения по теме лекции;
- результаты и выводы.

11.2 Методические указания для обучающихся по участию в семинарах
Учебным планом не предусмотрено

11.3 Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Требования к проведению практических занятий

Структурными элементами практического занятия являются: вводная часть, основная часть, заключительная часть.

Вводная часть обеспечивает подготовку студентов к выполнению заданий работы.

В ее состав входят:

- формулировка темы, целей и задач занятия;
- обоснование значимости темы для профессиональной подготовки;
- связь с другими разделами курса;
- изложение теоретических основ;
- разъяснение методов и приёмов выполнения заданий;
- требования к результату работы;
- инструктаж по технике безопасности;
- проверка готовности студентов;
- пробное выполнение заданий;
- указания по самоконтролю.

Основная часть предполагает самостоятельное выполнение заданий студентами.

Она может сопровождаться:

- дополнительные разъяснения по ходу работы;
- устранение затруднений;
- текущий контроль и оценка результатов;
- поддержка работоспособности технических средств;
- ответы на вопросы студентов.

Заключительная часть содержит:

- подведение итогов занятия (анализ успехов и недочётов);
- оценка работы отдельных студентов;
- ответы на вопросы;
- рекомендации по устранению пробелов в знаниях и навыках;
- сбор отчётов для проверки;
- информация о подготовке к следующему занятию (включая список литературы).

Вводная и заключительная части практического занятия проводятся фронтально.

Основная часть выполняется каждым студентом индивидуально.

11.4 Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ

Учебным планом не предусмотрено

11.5 Методические указания для обучающихся по прохождению курсового проектирования/ выполнения курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

11.6 Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Основными методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся, являются источники из перечня печатных и электронных учебных изданий, указанных в таблице 8. Кроме этого, обучающийся может пользоваться электронными ресурсами, указанными в таблицах 9 и 11.

11.7 Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Текущий контроль включает в себя:

- контроль посещаемости;
- устный опрос по материалам лекций;
- устный опрос по практическим занятиям.
- письменный опрос по вопросам практического занятия
- письменной выполнение заданий лабораторных работ с защитой отчетов;
- письменный опрос в форме тестирования

В течение семестра обучающиеся загружают в ЭИОС ГУАП отчётные материалы, в соответствии с установленными НПП требованиями и методами проведения ТКУ, а НПП оценивают загруженные материалы. Оценка, сделанная НПП, зарегистрированным под своим логином и паролем, является оценкой результатов ТКУ.

Обучающийся, пропустивший аудиторное занятие (лекционное, практическое, лабораторное) по уважительной или неуважительной причине, обязан в срок не позднее 10 календарных дней с момента выхода на учёбу (или с даты пропуска, если причина неуважительная) представить письменные отчётные материалы по всем темам, пропущенным на пропущенном занятии.

Форма письменной работы определяется преподавателем (НПП) и может включать:

- развёрнутый конспект лекции с ответами на контрольные вопросы;
- письменное решение практических задач, разобранных на занятии;
- выполнение пропущенного лабораторного задания в полном объёме с оформлением отчёта.

Письменные работы по пропущенным темам загружаются в ЭИОС ГУАП (раздел «Текущий контроль») в виде одного файла в формате PDF или DOCX. На титульном листе обязательно указываются: ФИО студента, группа, дата пропущенного занятия, тема занятия, подпись студента.

Работа проверяется НПР в течение 5 рабочих дней с момента загрузки. Оценка за представленную работу учитывается при подведении итогов ТКУ наравне с результатами, полученными при очном посещении.

Если пропущено более 30% аудиторных занятий по дисциплине без уважительной причины, студент обязан представить письменные работы по всем пропущенным темам в полном объёме до начала промежуточной аттестации (ПА). В противном случае допуск к ПА не предоставляется.

Итоговый результат по дисциплине формируется как совокупная оценка ТКУ (в течение семестра) и оценки, полученной на ПА (зачёт).

Вес ТКУ в итоговой оценке устанавливается рабочей программой дисциплины и доводится до сведения обучающихся в начале семестра (как правило, 30–50% итоговой оценки).

При проведении ПА все накопленные баллы/оценки ТКУ сохраняются и учитываются автоматически в ЭИОС. Передача отдельных элементов ТКУ в период ПА допускается только при наличии документально подтверждённой уважительной причины, согласованной с деканатом.

Если дисциплина завершается зачётом, то зачёт может быть выставлен автоматически («автомат») при выполнении следующих условий:

- набрано не менее 60% от максимально возможного балла ТКУ;
- отсутствуют задолженности по письменным работам (включая работы по пропущенным темам);
- все лабораторные работы защищены с положительной оценкой.

Для получения допуска к сдаче экзамена или зачёта (промежуточной аттестации) обучающийся в обязательном порядке должен выполнить следующие минимальные требования, установленные по результатам текущего контроля успеваемости (ТКУ).

Первое. Посещаемость аудиторных занятий должна составлять не менее 70% от общего числа занятий по дисциплине при отсутствии уважительных причин. В случае пропуска занятий по уважительной причине (подтверждённой документально) допускается снижение порога посещаемости до 50%, но при этом студент обязан представить письменные работы по всем пропущенным темам с положительной оценкой. Если же пропуски не имеют уважительных причин, а посещаемость составляет менее 70%, допуск к ПА не предоставляется независимо от иных результатов.

Второе. Устный опрос по материалам лекций и практическим занятиям: за семестр студент должен получить хотя бы одну положительную оценку при устном ответе. Если студент ни разу не отвечал устно (в том числе из-за пропусков), он обязан письменно выполнить эквивалентные задания по всем темам лекций и практических занятий и получить за них зачёт.

Третье. Практические занятия: необходимо выполнить и защитить в устной или письменной форме не менее 60% практических заданий от общего числа, предусмотренных рабочей программой дисциплины. Защита считается состоявшейся, если преподаватель (НПР) выставил положительную оценку в ЭИОС.

Четвёртое. Лабораторные работы (если они предусмотрены учебным планом): должны быть выполнены в полном объёме, оформлены в виде отчётов и загружены в ЭИОС ГУАП. Каждая лабораторная работа подлежит обязательной защите, по итогам которой выставляется оценка не ниже «удовлетворительно». Наличие хотя бы одной незащищённой или незачтённой лабораторной работы является безусловным основанием для отказа в допуске к ПА.

Пятое. Тестирование: в течение семестра должно быть пройдено не менее одного обязательного тестирования (если тестирование предусмотрено рабочей программой). Результат тестирования должен составлять не менее 50% правильных ответов. При отсутствии обязательного тестирования или результате ниже 50% студент обязан пересдать тест до начала сессии.

Шестое. Загрузка отчётных материалов в ЭИОС: все письменные работы, лабораторные отчёты, конспекты по пропущенным темам, а также иные материалы, определённые преподавателем, должны быть своевременно загружены в личный раздел студента в электронной информационно-образовательной среде ГУАП. Каждый загруженный материал должен быть проверен НПП и иметь статус «Зачтено» или положительную оценку. Материалы, загруженные с нарушением сроков или не принятые преподавателем, не учитываются.

Итоговое условие. Допуск к промежуточной аттестации оформляется только при одновременном соблюдении всех шести указанных требований. Невыполнение хотя бы одного из них означает, что студент не допущен к экзамену или зачёту. В таком случае он направляется на повторное изучение дисциплины или ликвидацию академической задолженности в порядке, установленном локальными нормативными актами ГУАП.

11.8 Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Экзамен может быть организован в двух форматах – устный/ письменный (по вопросам) или в виде компьютеризированного тестирования в системе дистанционного обучения ГУАП (СДО ГУАП).

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой

Система оценивания тестовых заданий

Тестирование определяется пятью типами вопросов – 4 закрытых вопроса, предусматривающие выбор вариантов ответов и их обоснование и 1 открытый вопрос, предусматривающий развернутый ответ с аргументированием и примерами). Система оценивания заключается в следующем:

1 тип. Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора считается верным, если правильно указана цифра и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответа. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов.

2 тип. Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора считается верным, если правильно указаны цифры и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответов. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

3 тип. Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого столбца). Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов

4 тип. Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр.

Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

5 тип. Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте. Правильный ответ за задание оценивается в 3 балла, если допущена одна ошибка \ неточность \ ответ правильный, но не полный - 1 балл, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов.

Ключи к тестированию, представленному в таблице 18 данной РПД, содержатся в таблице 1П данного приложения.

Таблица 1П – Ключи к тестированию, представленному в таблице 18 данной РПД

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов (ключи)	Код индикатора
	<p><i>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Медиатизация политики – это:</p> <p>а) процесс использования политиками средств массовой информации для прямой агитации</p> <p>б) процесс возрастания зависимости политических институтов, процессов и поведения акторов от логики, форматов и ритмов функционирования медиа</p> <p>в) процесс сокращения влияния телевидения и традиционных СМИ на политическое сознание граждан</p> <p>г) процесс тотального государственного регулирования всех медиаресурсов в стране</p>	ОПК-2.В.1

Правильный ответ: б

Аргументация:

В современной политической науке под медиатизацией понимается долгосрочный процесс, в рамках которого политические институты и индивидуальные акторы вынуждены адаптировать свои стратегии, риторику и даже процедуры принятия решений к требованиям медиа (драматизация, упрощение, персонификация, оперативность). Это не просто агитация (а), не сокращение влияния (в) и не государственное регулирование (г), а системная трансформация всей политической коммуникации. Теория медиатизации (К. Болл-Рокич, С. Хьярвард, Д. Мазур и др.) выделяет стадии, на которых медиа становятся не просто каналом, а самостоятельным институтом, задающим повестку и правила игры.

2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

К числу основных социально-политических функций медиа в современном демократическом обществе относятся:

- а) информационная функция (сбор и распространение фактов)
- б) функция контроля за деятельностью органов власти («четвёртая власть»)
- в) функция непосредственного производства материальных товаров
- г) функция политической социализации и формирования общественного мнения
- д) функция цензуры и прямого ограничения свободы слова
- е) функция рекреации и развлечения (эскапизм)

Правильные ответы: а, б, г, е

Аргументация:

Информационная функция (а) — базовая, медиа предоставляют гражданам сведения о политических событиях.

Контрольная функция (б) — классическая роль СМИ как «четвёртой власти», обеспечивающая прозрачность власти.

Функция социализации (г) — медиа транслируют нормы, ценности и политические ориентиры, влияя на политическую культуру.

Рекреационная функция (е) также признаётся многими теоретиками (например, Д. МакКуэйл), хотя она не является сугубо политической, но в современных условиях развлекательный контент часто несёт скрытую политическую повестку.

Вариант (в) ошибочен, так как производство товаров — не функция медиа. Вариант (д) противоречит демократической природе медиа, цензура не является функцией, а скорее инструментом ограничения, противоречащим свободе слова.

3. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВ.

Установите соответствие между типами медиасистем (по

классификации Холлина и Манчини) и их основными характеристиками.

Тип медиасистемы	Основные характеристики
А) Либеральная модель	1) Сильная государственная интервенция, высокий политический параллелизм, слабое развитие коммерческой прессы
Б) Демократическая корпоративистская модель	2) Рыночная ориентация, слабый политический параллелизм, высокий уровень профессионализма журналистики, коммерческое финансирование
В) Поляризованная плюралистическая модель	3) Сильный политический параллелизм, значительная государственная поддержка, высокая степень институционализации, исторический корпоративизм

Ответ: А – 2, Б – 3, В – 1

Аргументация:

Либеральная модель (США, Великобритания, Ирландия) отличается доминированием рынка, коммерческим ТВ, слабым политическим параллелизмом и высоким профессионализмом журналистов (соответствие 2).

Демократическая корпоративистская модель (Северная Европа, Германия) сочетает коммерческие и общественные медиа, сильные профсоюзы, государственные субсидии и чёткий политический параллелизм (соответствие 3).

Поляризованная плюралистическая модель (Южная Европа, включая Италию, Испанию, Грецию) характеризуется активным вмешательством государства, высокой политической ангажированностью прессы и слабым развитием независимых коммерческих СМИ (соответствие 1).

4. Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов производства новостного медиапродукта в редакции СМИ. Запишите соответствующую последовательность цифр.

1. Получение задания от редактора (или планирование материала)
2. Сбор информации (интервью, запросы, работа с источниками)
3. Написание текста (или создание видео/аудиоматериала)
4. Редактирование и факт-чекинг
5. Согласование с главным редактором (или выпускающим редактором)
6. Публикация (размещение на платформе, эфир)

Правильная последовательность: 1, 2, 3, 4, 5, 6

Аргументация:

Технологический цикл производства новостей в современных медиа предполагает строгую логику: сначала редакционное планирование (определение темы и формата), затем сбор

фактического материала, его переработка в готовый текст/видео, проверка достоверности (факт-чекинг) и стилистическая правка, затем финальное одобрение руководством и, наконец, вывод в публичное пространство. Нарушение этой последовательности ведёт к ошибкам и снижению качества контента.

5. Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Охарактеризуйте роль социальных сетей и новых медиа в современных избирательных кампаниях. Какие новые возможности и риски они создают для политических акторов? Приведите конкретные примеры.

Пример аргументированного ответа:

Социальные сети (Telegram, «ВКонтакте», YouTube, X/Twitter, TikTok) и новые медиа коренным образом изменили архитектуру предвыборных коммуникаций.

Возможности:

Прямая коммуникация с избирателями – политики могут обращаться к аудитории без посредников (традиционных СМИ), оперативно реагировать на новости и корректировать месседжи. Пример – использование Telegram-каналов российскими кандидатами для ежедневных отчётов и агитации.

Таргетинг и микротаргетинг – алгоритмы позволяют доставлять персонализированные сообщения узким группам избирателей по возрасту, географии, интересам, что повышает эффективность агитации (как в кампании Б. Обамы в 2008 и 2012 гг.).

Низкие барьеры входа – создание контента требует меньших бюджетов по сравнению с ТВ-рекламой, что позволяет молодым партиям и независимым кандидатам конкурировать.

Вирусное распространение – яркие ролики или мемы могут за сутки охватить миллионы, формируя повестку и повышая узнаваемость.

Риски:

Дезинформация и фейки – в социальных сетях ложная информация распространяется быстрее, чем опровержения, что может исказить электоральный выбор (например, вмешательство в выборы через ботов и троллей).

Эхо-камеры и поляризация – алгоритмы рекомендаций создают «пузыри фильтров», где пользователи видят только удобную им информацию, что усиливает раскол общества.

Манипуляция общественным мнением – через скрытую рекламу, астротурфинг (искусственные массовые кампании) и использование психографических данных (как в скандале с Cambridge Analytica).

Потеря контроля над сообщением – любой неудачный комментарий или ошибка моментально становятся достоянием общественности и могут быть вырваны из контекста.

Таким образом, новые медиа предоставляют мощный инструмент, но требуют от политических акторов высокой медиаграмотности, оперативности и готовности работать с

	<p>критикой в режиме реального времени. Успешная кампания сегодня немыслима без гибридной стратегии, объединяющей традиционные СМИ и цифровые платформы.</p>	
	<p><i>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i></p> <p>Концентрация медиасобственности в нескольких крупных холдингах приводит к:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) увеличению разнообразия мнений и плюрализма в СМИ б) снижению рисков распространения недостоверной информации в) ограничению доступа альтернативных точек зрения и формированию олигополии на рынке идей г) полной независимости журналистов от владельцев СМИ <p>Правильный ответ: в</p> <p>Аргументация:</p> <p>Экономическая концентрация медиа (формирование крупных холдингов, вертикальная и горизонтальная интеграция) объективно сокращает число независимых собственников, что ведёт к гомогенизации контента и сужению спектра представленных позиций. Это снижает плюрализм (противоположность а), не гарантирует достоверность (б), а наоборот, создаёт условия для манипуляции, и усиливает зависимость редакций от владельцев, а не освобождает (г). В политэкономии медиа это явление описывается как «медиа-олигополия».</p> <p><i>2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.</i></p> <p>Какие из перечисленных мер относятся к государственному регулированию медиа в Российской Федерации?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) лицензирование теле- и радиовещания б) регистрация средств массовой информации в Роскомнадзоре в) прямое назначение главных редакторов всех СМИ президентом г) установление требований к объёму рекламы в эфире д) запрет на использование иностранных слов в любых публикациях е) контроль за соблюдением законодательства о противодействии экстремизму и терроризму <p>Правильные ответы: а, б, г, е</p> <p>Аргументация:</p> <p>Лицензирование (а) – обязательное условие для вещания, это инструмент регулирования.</p> <p>Регистрация (б) – прямо предусмотрена Законом РФ «О СМИ».</p> <p>Объём рекламы (г) регулируется Федеральным законом «О рекламе».</p> <p>Контроль за экстремизмом (е) – это функция надзорных органов, входящая в регулирование.</p> <p>Вариант (в) ошибочен – государство не назначает главных редакторов, это внутреннее дело редакции. Вариант (д) также не соответствует действующему законодательству (нет общего запрета на иностранные слова, за исключением отдельных случаев).</p> <p><i>3. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции,</i></p>	<p>ОПК-5.3.1 ОПК-5.У.1 ОПК-5.В.1</p>

данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ.

А) Коммерческая модель финансирования СМИ	1) Финансирование осуществляется за счёт государственного бюджета, редакционная политика подконтрольна властям
Б) Государственная (бюджетная) модель	2) Доходы формируются за счёт подписки и розничной продажи изданий, без рекламной зависимости
В) Модель общественного вещания	3) Основной источник доходов – продажа рекламного пространства и спонсорство, контент ориентирован на массовую аудиторию
Г) Подписная модель	4) Абонентская плата (налог) от населения, независимость от государства и рекламодателей, миссия служения обществу

Ответ: А – 3, Б – 1, В – 4, Г – 2 (записать как 3142)

Аргументация:

Коммерческая модель (А) действительно базируется на рекламе (3).

Государственная (Б) – прямое бюджетное финансирование (1).

Общественное вещание (В) – уникальный механизм абонентской платы и независимости (4) (например, ВВС до реформ).

Подписная (Г) – доход от продаж (2) (характерно для качественной прессы).

4. Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов регистрации нового печатного СМИ в России (согласно Закону «О СМИ»). Запишите соответствующую последовательность цифр.

1. Подготовка учредительных документов и заявления в Роскомнадзор
2. Получение свидетельства о регистрации СМИ
3. Оплата государственной пошлины
4. Подача документов в регистрирующий орган (Роскомнадзор)
5. Проверка документов и принятие решения о регистрации (либо отказ)
6. Включение СМИ в реестр зарегистрированных СМИ

Правильная последовательность: 1, 4, 3, 5, 6, 2

Аргументация:

В соответствии с административным регламентом Роскомнадзора, процедура начинается с подготовки и подачи заявления с учредительными документами (1, 4), затем оплата пошлины (3), после чего орган проводит проверку (5), включает в реестр (6) и выдаёт свидетельство (2). Это стандартный порядок регистрации.

	<p>5. Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.</p> <p>Проанализируйте, как влияет высокая доля государственного финансирования СМИ на политическую независимость журналистики и качество информации. Приведите примеры из российской или зарубежной практики.</p> <p>Пример аргументированного ответа: Высокий уровень государственного финансирования медиа создаёт двойственный эффект. С одной стороны, это позволяет издателям не зависеть от рекламного рынка, что защищает от давления коммерческих интересов и даёт возможность уделять внимание социально значимым, но не прибыльным темам (культура, образование, региональные проблемы). С другой стороны, бюджетное финансирование – инструмент политического контроля: государство, как главный донор, может влиять на редакционную политику через распределение грантов, субсидий и прямое администрирование. В российской практике многие федеральные СМИ (например, ВГТРК, «Российская газета») получают значительные бюджетные ассигнования, что коррелирует с их лояльным освещением действий органов власти. В некоторых зарубежных странах (например, в Великобритании с BBC) созданы механизмы независимого управления (попечительский совет, абонентская плата вместо прямого бюджета), которые снижают политическое давление, однако и там периодически возникают споры о предвзятости. В итоге, сама по себе доля госфинансирования не предопределяет качество, но при отсутствии прозрачных механизмов контроля она ведёт к ограничению плюрализма и может снижать доверие аудитории. Для объективности необходимы также развитые независимые институты гражданского контроля и конкурентная медиасреда.</p>	
	<p>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</p> <p>Феномен «эхо-камеры» в социальных сетях означает:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) способность пользователей находить альтернативные точки зрения и сравнивать их б) ситуацию, когда алгоритмы и личный выбор пользователя ограничивают контакт с противоречащей информацией, укрепляя существующие убеждения в) официальный инструмент модерации контента, разработанный платформами г) метод повышения достоверности новостей за счёт повторной проверки фактов <p>Правильный ответ: б</p> <p>Аргументация: Понятие «эхо-камера» широко используется в медиаисследованиях для описания изоляции пользователей в информационной среде, где они сталкиваются преимущественно с мнениями единомышленников (благодаря</p>	ОПК-7.3.1

алгоритмам рекомендаций, выбору друзей и пабликов). Это не способствует плюрализму (а), не является официальной функцией (в) и не имеет отношения к факт-чекингу (г). Эхо-камеры усиливают поляризацию и восприятие фейков.

2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какие из перечисленных инструментов могут использоваться политологом для мониторинга общественного мнения в социальных медиа?

- а) анализ тональности упоминаний с помощью сервисов (Brand Analytics, Медиалогия)
- б) проведение контент-анализа текстов по заданной тематике
- в) измерение охвата и частоты упоминаний ключевых персон
- г) организация фокус-групп в офлайн-режиме
- д) полное отсутствие каких-либо методов, так как социальные сети не отражают мнение общества
- е) мониторинг использования хештегов и геотегов

Правильные ответы: а, б, в, е

Аргументация:

(а) – стандартная практика (автоматический анализ тональности).

(б) – классический метод исследования текстов.

(в) – оценка распространённости (охвата) – важный показатель.

(е) – хештеги и геотеги позволяют фильтровать данные.

Вариант (г) – хотя фокус-группы могут использоваться, это офлайн-метод, не относящийся к мониторингу соцсетей.

Вариант (д) абсолютно неверен.

3. Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АБВГ.

А) Дезинформация (disinformation)	1) Распространение ложной информации по незнанию или ошибке, без намерения навредить
Б) Фейковые новости (fake news)	2) Целенаправленное распространение заведомо ложных сведений с целью манипуляции
В) Миссинформация (misinformation)	3) Инструменты проверки достоверности фактов и утверждений в медиа
Г) Факт-чекинг	4) Ложные новостные материалы, имитирующие форму традиционных СМИ, часто для получения кликов или политического воздействия

Ответ: А – 2, Б – 4, В – 1, Г – 3 (записать как 2413)

Аргументация:

Дезинформация – заведомо ложная и вредоносная (2).

Фейк-нюс – особый жанр имитации новостей (4).
Миссинформация – ненамеренная ошибка (1).
Факт-чекинг – верификация (3). Эти термины чётко разграничены в научной литературе (например, работы С. Левандовского и др.).

4. Прочитайте текст и установите правильную последовательность шагов при проведении контент-анализа политического медиатекста. Запишите соответствующую последовательность цифр.

1. Формулировка гипотезы исследователя
2. Выбор категорий анализа (темы, образы, оценки)
3. Пилотное кодирование и коррекция методики
4. Отбор источника (текста, выборки публикаций)
5. Расчёт коэффициентов надёжности и интерпретация результатов
6. Основное кодирование и занесение данных в таблицу

Правильная последовательность: 1, 4, 2, 3, 6, 5

Аргументация:

Любое исследование начинается с гипотезы (1), затем выбирается источник (4), определяются категории (2), проводится пилот (3), основной этап (6), и наконец расчёт надёжности с интерпретацией (5). Это классическая процедура контент-анализа (по Берельсону, Криппендорфу).

5. Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Опишите стратегию использования социальных сетей для повышения доверия к политическому лидеру в условиях нарастающего потока фейков и негативных публикаций. Какие шаги и инструменты вы предложите?

Пример аргументированного ответа:

В условиях информационной войны и распространения фейков эффективная стратегия должна быть комплексной и включать следующие элементы:

Создание официальных каналов прямой коммуникации – верифицированные аккаунты лидера и его пресс-службы во всех ключевых соцсетях (Telegram, «ВКонтакте», Rutube). Это даёт возможность оперативно давать официальные комментарии и опровержения.

Факт-чекинг и опровержения – необходимо создать быстрый механизм проверки информации: команда аналитиков в реальном времени мониторит упоминания и при выявлении ложных вбросов публикует аргументированные опровержения с использованием инфографики, видео и ссылок на первоисточники. Важно делать это до того, как фейк широко разойдётся.

Прозрачность и регулярность – регулярные прямые эфиры, ответы на вопросы подписчиков, публикация отчётов о деятельности и бюджете снижают недоверие. Открытость является лучшим антидотом против слухов.

Вовлечение лидеров мнений (блогеров, экспертов, журналистов) – формирование лояльной сети сторонников,

<p>которые будут распространять достоверную информацию и разоблачать фейки. Важно поддерживать не только крупных, но и микроинфлюенсеров для охвата региональных аудиторий. Медиаграмотность аудитории – запуск рубрик, объясняющих, как распознать фейковую новость, каковы признаки манипуляции. Это создаёт устойчивый иммунитет у аудитории. Мониторинг и анализ обратной связи – постоянный сбор данных о тональности и ключевых темах обсуждения, чтобы корректировать коммуникацию в режиме реального времени. Быстрое реагирование на негативные инциденты – признание ошибок (если они были) и представление плана исправления – это часто усиливает доверие больше, чем умалчивание. В итоге, доверие строится через системность, скорость реакции и искренность. Использование цифровых инструментов должно сочетаться с традиционными медиа, но именно соцсети дают возможность общаться напрямую, минуя искажающие фильтры.</p>	
--	--