

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского

О.Н. Савинова, А.Л. Коданина

ЖУРНАЛИСТ И ПОЛИТИКА

Учебно-методическое пособие по курсу «Журналист и политика»

Рекомендовано методической комиссией
Института филологии и журналистики для студентов ННГУ,
обучающихся по направлению 42.04.02 «Журналистика»

Н.Новгород

2020

УДК - 070

ЖУРНАЛИСТ И ПОЛИТИКА.

Авторы: О.Н. Савинова, А.Л. Коданина. Учебно-методическое пособие.
— Нижний Новгород: ННГУ, 2020. — 30 с.

Рецензент: д. филол. н., профессор Л.В. Рацибурская

Настоящее учебное издание представляет собой учебно-методическое пособие по курсу «Журналист и политика». Содержит темы лекционных занятий, заданий для самостоятельной работы, тематику докладов и курсовых работ, список рекомендованной литературы и Интернет-ресурсов, вопросы к экзамену.

Предназначено для студентов-магистрантов 1 курса очного отделения. Самостоятельная работа направлена на закрепление теоретических вопросов, связанных с динамикой развития и спецификой функционирования современных СМИ, формирование навыков проведения собственного исследования в области политической коммуникации. В числе форм проверки самостоятельной работы студентов по курсу выделены: доклады, участие в «круглых столах», письменные курсовые работы.

Ответственный за выпуск:

заместитель директора Института филологии и журналистики ННГУ по
методической работе, председатель методической комиссии,

к.ф.н., доцент **Л.С. Макарова**

УДК - 070

© **О.Н. Савинова, А.Л. Коданина**

© **Нижегородский государственный университет**

им. Н.И. Лобачевского, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Структура и содержание курса.	6
Примерная тематика курсовых работ.....	17
Учебно – методическое и информационное обеспечение курса.....	18
Перечень контрольных вопросов28

ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Журналист и политика» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины по выбору» ФГОС по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры).

Относится к обязательному типу освоения на первом году обучения в первом семестре. Текущий контроль успеваемости проводится в рамках контроля за выполнением самостоятельной работы. Итоговый контроль осуществляется на экзамене.

Целями освоения дисциплины (модуля) «Журналист и политика» являются изучение места и роли журналистики в политическом процессе на современном этапе, форм и методов отражения политической жизни в СМИ, роли СМИ в организации информационного обмена между участниками политического процесса.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать у обучающихся комплексное представление о месте и роли журналистики в системе знаний о политике и политическом процессе;
- проанализировать общие закономерности и принципы участия современных СМИ в общественно-политической жизни государства и региона;
- изучить основные парадигмы политической коммуникации и политического анализа;
- освоить методы сбора политической информации, методику проведения научных исследований в сфере политики;
- овладеть навыками написания журналистских материалов по политической проблематике;

- выработать навыки самостоятельной работы студентов с учебной литературой, Интернет-ресурсами для написания контрольных промежуточных работ и рефератов по темам, рекомендованным или выбранным самостоятельно.

Формы проведения занятий: лекции, практические занятия, контроль за самостоятельной работой.

Формы отчетности по курсу: формой итогового контроля знаний является экзамен.

Объем дисциплины «Журналист и политика» составляет 3 (три) зачетные единицы, всего 108 академических часов, из которых 36 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (занятия лекционного типа и практические занятия), 36 часов составляет самостоятельная работа обучающегося, 36 часов экзамен.

Основной способ представления материала дисциплины — лекционный. В рамках лекций важное место занимает визуальная демонстрация преподавателем излагаемого теоретического материала.

ТЕМЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Журналистика и политика как родственные коммуникационные сферы

Массовая политическая коммуникация: сущность и функции. СМИ как элемент политической коммуникации. Стереотипные представления о роли и месте журналистики в политическом процессе. Политическая повестка дня и журналистика. Роль СМИ в борьбе за политическую власть, ее удержание или свержение. Концепция прессы как «четвертой власти».

Политическая журналистика: концепции и подходы. Модели политического влияния СМИ. Политическая пропаганда, политический PR, политическая реклама, политическая агитация, политическая журналистика: общее и особенное.

Политизация СМИ в современном обществе. Медиатизация политики как перемещение политического дискурса в символическое пространство масс-медиа. «Общество спектакля». Виртуализация политического процесса и масс-медиа.

Тема 2. Информационные ресурсы политики

Политика и информация. Информация как особый политический ресурс. Основные направления и векторы применения информационных ресурсов в

осуществлении политической власти. Специфика использования информационных ресурсов политической власти в современном обществе.

Государственная информационная политика и ее роль в гражданском обществе. Федеральные информационные ресурсы. Региональные информационные ресурсы. Политические интернет-ресурсы: общая характеристика.

Публичная сфера, гласность, открытость, разнообразие источников информации как основные условия публичной политики. Информационные ресурсы власти как инструменты создания и транслирования ее имиджа. Политическое взаимодействие элит и неэлитарных групп.

Тема 3. СМИ как субъект политического процесса

Роль СМИ в обеспечении государственной информационной политики. Гласность как инструмент демократизации общества и изменения конфигурации политического поля. Политический плюрализм как идейный контекст развития СМИ. Политико-правовые факторы свободы прессы.

Политические функции современных СМИ. Возможности политического влияния СМИ. Лоббирование. Доктрины «четвертой власти» и политического плюрализма как идейный контекст развития СМИ. Медиакратия как политико-медийный симбиоз. Политический дискурс медиакратий. Медиакратия и ноополитика.

Интернет-СМИ в контексте современных концепций взаимодействия власти и медиа. Интернет-коммуникации в глобальном политическом контексте.

Тема 4. Политическая позиция журналиста

Журналист как субъект политического процесса. Журналистская позиция в политическом процессе: ее формирование и функционирование. Политическая и гражданская позиция журналиста. Политическая позиция журналиста в контексте профессиональной реализации. Толерантность как

принцип журналистской деятельности. Политическая позиция и этические нормы. Ангажированность, корпоративность в деятельности СМИ.

Проблемы объективности в политической журналистике. Социальная ответственность журналиста за выражение политической позиции. Приемы открытого проявления позиции журналиста. Способы скрытого проявления позиции журналиста. Реплика, комментарий, обозрение в контексте политической позиции журналиста.

Авторская журналистика, колумнистика, блогинг в контексте политической позиции журналиста. Интегральное выражение субъективности. Приемы демагогической риторики в профессиональной деятельности журналиста. Изменение политической позиции журналиста.

Особенности выражения журналистом личной политической позиции во взаимосвязи с позицией редакции. Зависимость журналиста от редакционной политики, политических ценностей своей референтной группы, особенностей характера. Проблема стрессоустойчивости политического журналиста.

Тема 5. СМИ в предвыборной борьбе: методы и технологии

Средства массовой информации как площадка политической борьбы. Отражение в СМИ деятельности основных субъектов политического процесса. Формы освещения деятельности политических лидеров. Специфика избирательной кампании и ее отображение в СМИ. Отношения федерального центра с российскими регионами. Проблема взаимодействия политических структур субъектов Федерации с региональными СМИ. Место и роль СМИ в формировании и реализации политического курса. Структуры гражданского общества и пресса: ориентиры и формы сотрудничества.

Правовое регулирование участия СМИ в предвыборной борьбе. Информационное обеспечение избирательного процесса. Информирование в рамках избирательной кампании. Роль СМИ в формировании электорального выбора избирателей. Регламентация предвыборной агитации в российских СМИ.

Технологии работы с общественным мнением в предвыборных кампаниях: проблемы и вызовы. Пропаганда и агитация в предвыборной борьбе. Манипуляции общественным сознанием в ходе предвыборных кампаний. Техники манипулирования в СМИ (персонификация политики, редукция сложности, диффамация, компромат и пр.). Техники диалоговых обменов (общественная экспертиза, дебаты, запросы избирателей). Проблема создания позитивного и негативного политического имиджа в современных СМИ. Социально-психологические последствия медиатехнологий.

Тема 6. Интернет и политика

Особенности интернета как современного пространства политических коммуникаций. Новые информационные технологии и политика. Особенности сетевой коммуникации в освещении политических процессов. Проблемы идентичности в сети. Влияние интернета на политические процессы. Политический блогинг как альтернативный источник информации. Регулирование информационных потоков в интернете. Компромат в сети. Кризис вторичности.

Интернет и модернизация политической системы. Роль интернет-технологий в обеспечении диалога между субъектами политической коммуникации. Роль интернета в упрощении горизонтальных и вертикальных политических связей. Электронное правительство как новая модель государственного управления.

Интернет и гражданское общество: технологии взаимодействия и взаимовлияния. Особенности интернет-аудитории как участника политической коммуникации. Основные направления развития политического сектора рунета. Интернет как площадка и инструмент международной политики.

Тема 7. Политическая журналистика и источники информации

Информационная база политического журналиста, ее важнейшие источники и технологии создания. Методы сбора данных. Пресс-служба как информационный ресурс, специфика взаимодействия. Информационная

открытость властных структур. Технологии прозрачности в работе властных структур.

Взаимоотношения с ньюсмейкерами. Сочетание принципов доверительности и сохранения дистанции во взаимодействии. Неформальные коммуникационные связи. Понятие общественного интереса и его соотношения с распространением компрометирующих сведений. Бэкграундные встречи с чиновниками, их значение в журналистской практике. Анонимность источника в политической журналистике. Этические аспекты взаимодействия с анонимным источником.

Тема 8. Политический анализ в практической деятельности политического журналиста

Специфика политического анализа как ключевого метода информационной работы в практике политического журналиста. Институциональный подход к анализу политических процессов. Бихевиоральный подход к исследованию политической ситуации. Постбихевиоризм. Структурно-функциональный подход, его достоинства и недостатки. Генезис методов политического анализа. Задачи эмпирического анализа.

Система методов политического анализа. Основные аспекты системного подхода. Классификация систем и моделей. Основные свойства систем и моделей. Обратные связи. Методика выявления причин достижения целей в политической коммуникации. Политический анализ и возможности оптимизации властных и управленческих решений.

Тема 9. Жанровые особенности политической журналистики

Тематическое разнообразие политической журналистики. «Политичность» прессы. Особенности аргументации в журналистских текстах политической направленности. Рациональные и эмоциональные приемы аргументации. Особенности профессиональной компетенции политических журналистов.

Основные жанры политической журналистики. Информационные жанры политических публикаций. Аналитические жанры в работе политического журналиста. Проблемы жанровой классификации и жанрового разнообразия политической публицистики.

Политическое расследование как основной жанр политической журналистики. Журналистские и научные исследования: общее и особенное, Критерии и статус журналистского расследования. Основная задача политической публицистики. Объект политической публицистики. Научное и публицистическое освоение действительности: сходство и особенное. Дискурс-анализ. Структурный и стилистический анализ текстов.

СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

Практические задания являются аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в аудиторную работу. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике. Профессиональные навыки, формируемые в ходе практических занятий:

- соотносить собственную позицию с профессиональной задачей;
- искать источники информации в условиях ограниченного доступа к официальным структурам;
- выполнять профессиональные задачи в условиях общественно-политической неопределенности;
- определять границы допустимого профессионального компромисса;
- извлекать политический подтекст из неполитических тем.

В качестве практических заданий студентам предлагается участие в «круглых столах», деловых играх, подготовка докладов и написание эссе, а также выполнение практических заданий по анализу публицистических текстов.

Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии с графиком самостоятельной работы.

ВИДЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ:

1. Проанализировать политическую проблематику одного из СМИ («Российская газета», «Комсомольская правда», «Аргументы и факты» и другие по выбору студента).
2. Найти в медиатекстах примеры демонстрации разнообразных политических характеристик публичной персоны (по выбору студента).

3. Проанализировать несколько текстов одного автора в сфере политических коммуникаций (журналист, блогер, колумнист).

4. Выявить в произведениях того или иного автора его политическую позицию. Сравнить свое наблюдение с мнением других студентов и (или) экспертов.

5. Провести контент-анализ предложенных статей и определить, какие из них являются примером политической журналистики, а какие относятся к политическим технологиям. Аргументировать свой ответ.

6. В предложенной статье раскрыть суть политической позиции автора и политической культуры его личности.

7. Определить в предложенном тексте психологические приемы, с помощью которых журналист воздействует на общественное сознание.

8. Определить жанр предложенного текста политической направленности, выявить способы и методы авторской аргументации.

9. Подготовить комментарий политического события.

10. Составить план проведения журналистского расследования на политическую тематику.

11. Составить развернутый план пресс-конференции, посвященной политической проблеме или событию.

12. Составить план предвыборной кампании кандидата в президенты (персоналия по выбору студента).

13. Провести контент и сравнительный анализ материалов российских и зарубежных СМИ, посвященных одной и той же политической проблеме.

14. Проанализировать взаимодействие и взаимовлияние политики и оппозиции.

ТЕМЫ ЭССЕ:

1. Средства массовой информации: «четвертая власть» или «сторожевой пес» демократии?

2. Политика и журналистика: границы взаимовлияния и контроля.

3. Специфика освещения террористических актов в СМИ. Этические и правовые нормы.

4. Политический процесс в современных государствах: эволюция или революция?

5. Глобальные проблемы современности и государственная информационная политика.

6. Глобальная финансовая система как политический проект.

7. Влияние интернет-технологий на политическую коммуникацию.

8. Роль журналистики в выборном процессе.

9. Профессиональные и личностные черты политического лидера, востребованные в современной России.

10. Политик, у которого я бы хотел взять интервью.

ТЕМЫ ДЛЯ «КРУГЛОГО СТОЛА»

1. Проблемы политико-правового регулирования деятельности СМИ.

2. Политическая журналистика: проблемы и вызовы.

3. СМИ в предвыборной борьбе: роль и место.

4. Технологии работы с общественным мнением в предвыборных кампаниях: проблемы и вызовы.

5. Взаимодействие власти с прессой: тенденции и перспективы.

6. Новые информационные технологии и политика.

7. Состояние и тенденции политической коммуникации власти и оппозиции.

К «круглому столу» студентам предлагается написание доклада.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА ДОКЛАДОВ

1. Медийные ресурсы политического влияния: на примере конкретного СМИ (на выбор студента).

2. Национальная безопасность и открытость правительственной информации в условиях демократии.

3. Проблемы современной политической журналистики: границы свободы слова, профессиональная этика и общественный интерес.
4. Проблемы информационного развития и информационной безопасности.
5. Воздействие государственной информационной политики на сферы общественной жизни.
6. Прикладной политический анализ в творчестве журналиста.
7. Политическое прогнозирование: виды и методы.
8. Виды источников информации (фактов, оценок, мнений) и особенности работы с ними.
9. Система органов и учреждений, участвующих в разработке и реализации информационной политики.
10. Противоречия и стратегии развития политической журналистики в современной России.
11. История политической журналистики в России.
12. Технологии воздействия СМИ на политический процесс.
13. Блогинг как форма политической журналистики (на примере конкретной персоны по выбору студента).
14. Политическая журналистика в контексте права собственности на медиарынке.
15. Способы влияния на политическую журналистику.
16. Поиск новых моделей финансирования СМИ в контексте борьбы за независимую журналистику.
17. Форсайт-исследования и их интеграция в политический процесс.
18. Политический конфликт в контексте политической журналистики.
19. Политическая коммуникация в условиях военных конфликтов.
20. Развитие рынка общественно-политических СМИ: тенденции и перспективы.

Технология написания доклада: содержательно, четко, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Информация как политический ресурс.
2. Политика как предмет журналистской деятельности.
3. СМИ и политический плюрализм.
4. Доктрина «четвертой власти» как идейный контекст развития СМИ.
5. Массмедиа, гражданское общество и публичная сфера.
6. Политико-правовые факторы свободы прессы.
7. СМИ и аудитория: концепция партнерства.
8. «Гражданская журналистика» как альтернативный источник информации.
9. Формы освещения деятельности политических лидеров в СМИ.
10. Политическая журналистика как фактор регулирования политических конфликтов.
11. Жанры политической публицистики.
12. Политика государства в области массовой информации.
13. Государственная тайна и проблемы свободы доступа к информации.
14. Ловушки свободы прессы в обществе трансформационного типа.
15. Политическая аналитика как профессиональная деятельность.

УЧЕБНО – МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КУРСА

а) основная литература:

1. Бурдые, П. О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой; Отв. ред., предисл. Н. Шматко. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2002. - 160 с.
2. Вартанова, Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – М.: МедиаМир, 2014. – 280 с.
3. Дебор, Г. Общество спектакля. – М.: Опустошитель, 2017. – 232 с.
4. Дзялошинский, И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013.
5. Долгополов, А.Ю. Политические коммуникации: учебно-метод. пособие. – Тольятти: ТГУ, 2007. – 71 с.
6. Засурский, И.И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – 286 с.
7. Луман, Н. Медиа коммуникации. – М.: Изд-во «Логос», 2005. – 280 с.
8. МакКуэйл, Д. Журналистика и общество / Пер. с англ. М.Ю. Полевой. – М.: МедиаМир, 2014. – 364 с.
9. Маклюэн, М. Понимание медиа / Пер. с англ. В. Николаева. – М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц., Кучково поле, 2003. – 464 с.
10. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996.
11. О политической журналистике. Книга интервью / Под ред. Л. Л. Реснянской. М., 2009.
12. Политическая журналистика: учебник для бакалавриата и магистратуры / под ред. С.Г. Корконосенко. – М.: Юрайт, 2017. – 319 с.

13. Пономарев, Н.Ф. Политические коммуникации и манипуляции. – М.: Аспект-Пресс, 2007. – 128 с.
14. Прайс, М. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность / Под ред. Я.Н. Засурского; Пер. С. Аникеева. – М.: Изд-во МГУ, 2000. – 335 с.
15. Пратканис Э., Аронсон Э. Эпоха пропаганды: повседневное использование и злоупотребление убеждением. - СПб.: Прайм-Еврознак, 2001.
16. Пую, А.С., Бодрунова, С.С. Медиакратия: современные теории и практики. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2013. – 420 с.
17. Свитич, Л.Г. Феномен журнализма. – М.: Икар, 2000. – 252 с.
18. Сидоров В. А. Политическая культура журналиста. Учеб. пособие. СПб., 2010.
19. СМИ и политика / Под ред. Л.Л. Реснянской. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 256 с.
20. Соловьев А.И. (ред.) Политические коммуникации. — М.: Аспект Пресс, 2004.
21. Урина Н.В. Журналистика и политика. Итальянский опыт взаимодействия. М.: 2010.
22. Шалак, В. И. Современный контент-анализ. Приложения в области политологии, рекламы, социологии, экономики, психологии, культурологии. – М.: Омега-А, 2004. – 272 с.
23. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. М., 1997 г.
24. Черных, А. Мир современных медиа. – М.: Территория будущего, 2007. – 312 с.
25. Хабермас, Ю. Демократия. Разум. Нравственность. – М.: Academia, 1995. – 252 с.

б) дополнительная литература:

1. Анненкова, И.В. Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. – М.: Изд-во МГУ, 2011. – 390 с.

2. Ахмадулин, Е.В. Основы теории журналистики: учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2018. – 358 с.
3. Багдикян, Б. Монополия средств информации. – М.: Прогресс, 1987. – 322 с.
4. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 192 с.
5. Барт, Р. Мифологии / Пер. с фр., вступ. ст. и коммент. С. Зенкина. – М.: Академический Проект, 2008. – 351 с.
6. Беглов, С.И. Четвертая власть: британская модель. – М.: Изд-во МГУ, 2002. – 256 с.
7. Березин, В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 174 с.
8. Бодрийяр, Ж. К критике политической экономии знака. – М.: Академический Проект, 2007. – 336 с.
9. Брайант, Дж., Томпсон, С. Основы воздействия СМИ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
10. Бурдьё, Пьер. Социология политики. – М.: Socio-Logos, 1993. – 336 с.
11. Ван Дейк, Т. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
12. Винер, Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и машине. – М.: Наука, 1983. – 344 с.
13. Вороненкова, Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества. Национальное своеобразие средств массовой информации Германии (исторические предпосылки, особенности становления и эволюция, типологические характеристики, структура, состояние на рубеже тысячелетий). – М.: Изд-во МГУ, 2011. – 648 с.
14. Вульф, К. Антропология. История, культура, философия. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2008. – 280 с.

15. Горелов, И.Н., Седов, К.Ф. Основы психолингвистики. – М.: Лабиринт, 2001. – 304 с.
16. Гофман, И. Анализ фреймов: Эссе об организации повседневного опыта. – М.: Институт социологии РАН, 2004. – 752 с.
17. Гринберг, Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект. – М.: Изд-во МГУ, 2012. – 322 с.
18. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
19. Деррида, Ж. Эссе об имени. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 1998. – 192 с.
20. Деррида, Ж. Письмо и различие. – СПб.: Академический проект, 2000. – 496 с.
21. Дзялошинский, И.М. Медиапространство России: пробуждение Соляриса. – М.: Изд-во АПК и ППРО, 2013. – 280 с.
22. Добросклонская, Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. – М.: УРСС Эдиториал, 2005. – 288 с.
23. Землянова, Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 302 с.
24. Землянова, Л.М. Коммуникативистика и средства информации: Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. – М.: Изд-во МГУ, 2004. – 416 с.
25. Капица, С.П., Курдюмов, С.П., Малинецкий, Г.Г. Синергетика и прогнозы будущего. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 288 с.
26. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Под науч. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с.
27. Кириллова, Н.Б. Медиакультура: теория, история, практика. – М.: Академический проект; Культура, 2008. – 496 с.
28. Киттлер, Ф. Оптические медиа. – М.: Логос; Гнозис, 2009. – 272 с.

29. Клулт, М.А. Демография регионов Земли. – СПб.: Питер, 2008. – 348 с.
30. Князева, Е.Н., Курдюмов, С.П. Синергетика: нелинейность времени и ландшафты коэволюции. – М.: КомКнига, 2007. – 272 с.
31. Конечкая, В.П. Социология коммуникации. Учебник. – М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
32. Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. Учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 240 с.
33. Маркузе, Г. Одномерный человек: исследование идеологии развитого индустриального общества / Пер. с англ., послесл. примеч. А.А. Юдина; Сост., предисл. В.Ю. Кузнецова. – М.: Изд-во АСТ, 2002. – 526 с.
34. Маттелар, Т. Теория интернационализации аудиовизуальных СМИ // Меди@льманах. 2004. №2.
35. Медиа. Введение: Учебник / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли; Пер. с англ. Ю.В. Никуличева – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 550 с.
36. Михайлов, С.А. Мировые тенденции и национальные особенности в современной зарубежной журналистике. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2002. – 446 с.
37. Назаретян, А.П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии. – СПб.: Питер, 2004. – 192 с.
38. Общая психолингвистика: хрестоматия / Сост. К.Ф. Седова. – М.: Лабиринт, 2004. – 320 с.
39. Орлова, Э.А. История антропологических учений. – М.: Академический проект; Альма Матер, 2010. – 610 с.
40. Основы медиабизнеса: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 360 с.
41. Полуэхтова, И.А. Телевидение и общество: введение в социологию телевидения. – М.: Изд-во Моск. гуманитар. ун-та, 2007. – 98 с.
42. Полуэхтова, И.А. Социокультурная динамика российской аудитории телевидения. – М.: НИПКЦ Восход-А, 2010. – 304 с.

43. Почепцов, Г.Г. Медиа. Теория массовых коммуникаций. – Киев: Альтерпресс, 2008. – 416 с.
44. Пропп, В.Я. Морфология волшебной сказки. – М.: Лабиринт, 2001. – 144 с.
45. Психология масс: хрестоматия / Сост. Д.Я. Райгородский. – Самара: Изд. дом «Бахрах», 1998. – 592 с.
46. Райс, Э., Траут, Д. Маркетинговые войны. – СПб.: Питер, 2004. – 256 с.
47. Свитич, Л.Г. Профессия: журналист. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 256 с.
48. СМИ в меняющейся России / Под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 338 с.
49. Соколов, А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учеб. пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 462 с.
50. Социальная психоллингвистика: хрестоматия. / Сост. К. Ф. Седов. – М.: Лабиринт, 2007. – 320 с.
51. Средства массовой информации постсоветской России: Учеб. пособие / Под ред. Я.Н. Засурского. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 304 с.
52. Терин, В.Р. Массовая коммуникация. Исследование опыта Запада. – М.: Изд-во ин-та социологии РАН, 2000. – 170 с.
53. Тойнби, А. Дж. Постигание истории: Сборник / Пер. с англ. Е.Д. Жаркова; Сост. А.П. Огурцов; Вступ. ст. В.И. Уколовой. – М.: Прогресс. Культура, 1996. – 608 с.
54. Тоффлер, О. Третья волна. – М.: Изд-во АСТ, 2004. – 784 с.
55. Ткачева, Н.В. Индия: медиасистема в условиях либерализации экономики / Под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: МедиаМир, 2009. – 152 с.
56. Урина, Н.В. Журналистика и политика: итальянский опыт взаимодействия. – М.: Изд-во «ВК»; Ф-т журналистики МГУ, 2010. – 500 с.
57. Ученова, В.В., Старых, Н.В. История рекламы. – СПб.: Питер, 2002. – 304 с.

58. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества / Пер. с англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
59. Федотова, Л.В. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с.
60. Хоркхаймер, М., Адорно, Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты. – М. – СПб.: Медиум, Ювента, 1997. – 312 с.
61. Шарков, Ф.И. Коммуникология: Основы теории коммуникации: Учебник для вузов. – М.: Дашков и К, 2013. – 488 с.
62. Шарончикова, Л.В. «Монд» в меняющемся мире. – М.: МедиаМир, 2015. – 152 с.
63. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / Пер. с итал. В. Резник, А. Погоняйло. – СПб.: Symposium, 2004. – 544 с.
64. Энциклопедия паблик рилейшнз / Под ред. Т.Ю. Лебедевой. – М.: ИМИДЖ-контакт, 2009. – 296 с.
65. Юнг, К.Г. Архетип и символ. – М.: Ренессанс, 1991. – 304 с.
66. Ядов, В.А. Стратегия социологического исследования. – М.: Омега-Л, 2007. – 568 с.
67. Якобсон, Р.О. Избранные работы. – М.: Прогресс, 1985. – 460 с.
68. Яковлев, И.П. Ключи к общению. Основы теории коммуникации. – СПб.: Авалон, Азбука-классика, 2006. – 240 с.

Литература на иностранных языках:

1. Balle Francis *Medias et societes*, 10e ed., Montchrestien, 2001.
2. Castells M. *The Rise of the Network Society*. L.: Blakwell Publishers, 1996.
3. De Fleur M.L., Ball-Rokeach S.J. *Theories of Mass Communication*. New York.1989.
4. Doyle, G. *Understanding Media Economics*. Glasgow: University of Glasgow, 2012. – 184 p.
5. Eizenstein E. *The printing revolution in Early Modern Europe*, Cambridge: Cambridge University Press, 1983.

6. Flichy P. Une histoire de la communication moderne, Paris : La Découverte, 1991
7. Garnham N. Capitalism and Communication (Media, Culture & Society), London: Sage Publications, 1990
8. Hallin, D.C., Mancini, P. Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics (Communication, Society and Politics). Cambridge University Press, 2004. – 342 p.
9. Herman, E., Chomsky, N. Manufacturing Consent. The Political Economy of Mass Media. Any edition.
10. I in the Sky: Visions of the Information Future / Ed. A.Scammell. Aslib, 1999.
11. Information Insights: Case Studies in Information Management / Ed. S.Simmons. Aslib, 1999.
12. McQuail D. Mass Communication Theory: An Introduction. London: Sage.1983.
13. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory, London: Sage Publications, 2000
14. McQuail D. Media Performance: Mass Communication and the Public Interest. London: Sage.1992.
15. Mosco, V. The Political Economy of Communication. 2d edition. Sage, 2009. – 280 p.
16. Rifkin J. The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where all of Life is a Paid-For Experience, N-Y: Tarcher, 2001
17. Shaping the future media system, edited by Zassoursky Y., Moscow: Unesco, 2004.
18. The Internet: its Impact and Evaluation / Ed. D.Nicholas, I.Rowlands. Aslib, 2000.
19. Thompson J.B. Ideology and Modern Culture. Oxford: Polity Press. 1990.

Интернет-ресурсы:

1. Аналитический центр «Видеоинтернешнл». - Режим доступа: <http://www.acvi.ru/>.
2. Ассоциация распространителей печатной продукции России. - Режим доступа: www.arpp.ru
3. Всемирная газетная ассоциация. - Режим доступа: www.wan-press.org
4. Гильдия российских издателей периодической печати. - Режим доступа: www.gipp.ru
5. Государственная программа «Информационное общество» (2011–2020 годы). Режим доступа. <http://minsvyaz.ru/ru/activity/programs/1/>
6. Давыдов И. Масс - медиа в пространстве Интернета. – Режим доступа: www.cjes.ru/lib/.
7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Федеральный образовательный портал. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>
8. Журнал «Журналист». - Режим доступа: www.journalist-virt.ru.
9. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 30.12.2015) "О средствах массовой информации". Режим доступа. <http://docs.cntd.ru/document/9003299>.
10. Институт развития прессы. - Режим доступа: www.pdi.ru
11. Интерактивный музей новостей. - Режим доступа: www.newseum.org
12. Интерньюс Россия. - 4. - Режим доступа: www.internews.ru
13. Книжный бизнес онлайн. - Режим доступа . Электронный ресурс: <http://pro-books.ru/>
14. Медиаскоп. Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/>
15. Министерство культуры Российской Федерации. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://mkrf.ru/>.
16. Монастырева О.В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию. http://www.amursu.ru/attachments/article/9533/N50_10.pdf

17. Научная электронная библиотека. – Режим доступа:
<https://elibrary.ru/defaultx.asp>
18. Полис. Политологический журнал. – Режим доступа:
<http://www.politstudies.ru>
19. Портал телестанций, вещающих в Интернете. - Режим доступа: [www.mediachannel](http://www.mediachannel.ru)
20. Российская книжная палата. Электронный ресурс. - Режим доступа:
<http://gbu.bookchamber.ru/>
21. Сайт - гид по ресурсам сети Интернет для журналистов. - Режим доступа:
www.usus.org
22. Союз Журналистов России. - Режим доступа: www.ruj.ru
23. Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. - Режим доступа:
www.journ.msu.ru
24. Федеральная целевая программа «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009 - 2018 годы». Режим доступа:
<http://minsvyaz.ru/ru/documents/3606/>.
25. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. - Режим доступа: <http://www.farpmc.ru>
26. Федеральное государственное унитарное предприятие Российская телевизионная и радиовещательная сеть. - Режим доступа: <http://rtrs.ru/dtv/>
27. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Режим доступа:
<http://docs.cntd.ru/document/901990051ю>
28. Фонд кино. Электронный ресурс. - Режим доступа: <http://www.fond-kino.ru/>
29. Фонд независимого радиовещания. - Режим доступа: www.fnr.ru
30. Фонда защиты гласности. - Режим доступа: www.gdf.ru
31. Центр экстремальной журналистики. - Режим доступа: www.cjes.ru

ПЕРЕЧЕНЬ КОНТРОЛЬНЫХ ВОПРОСОВ

1. Политическая коммуникация: сущность и функции.
2. Журналистика и политика: своеобразие взаимовлияния.
3. Информационные ресурсы политики.
4. Общая характеристика основных субъектов политического процесса.
5. Журналист как субъект политического процесса. Политическая позиция журналиста.
6. СМИ как субъект политического процесса.
7. Государственные СМИ и специфика их деятельности.
8. Политические функции СМИ. Возможности политического влияния СМИ.
9. Политико-правовые факторы свободы прессы: формирование законодательной базы независимости СМИ.
10. Гражданский сектор и СМИ: проблемы взаимного доверия и взаимной ответственности.
11. Роль СМИ в предвыборной борьбе.
12. Масс-медиа о политических партиях, их парламентских фракциях, политических лидерах.
13. Проблема взаимодействия местной власти с региональными СМИ.
14. Медиа-политическая система как коммуникационный феномен.
15. Медиарилейшз органов государственной власти: новые вызовы.
16. Жанры политической журналистики.
17. Сбор политических данных и формирование информационной базы.
18. Виды источников информации (фактов, оценок, мнений) и особенности работы с ними.
19. Бихевиористский метод политического анализа.
20. Нормативно-ценностный и функциональный методы политического анализа, их сущность и сравнительная характеристика.

21. Информационная политика российского государства на современном этапе.

22. Политическая аналитика как профессиональная деятельность.

Основные этапы прикладного политического анализа.

23. Новые информационные технологии и политика.

24. Политическая власть и проблемы ее ограничения.

25. Медиа как производство политических символов.

26. Политический прогноз, его содержание и функции.

27. Современные методы политического прогноза, их сущность и области применения.

28. Системный анализ политических процессов: сущность, функции, методика реализации.

29. Современные тенденции в области мировых политико-информационных процессов.

30. Типологии современных политических медиа.

Ольга Николаевна **Савинова**
Анна Львовна **Коданина**

ЖУРНАЛИСТ И ПОЛИТИКА

Учебно-методическое пособие

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского».
603950, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23.