

## Аннотация рабочей программы дисциплины

№	Наименование раздела аннотации дисциплины	
1.	Название дисциплины	Цифровая медиаполитика
2.	Уровень высшего образования	Магистратура
3.	Направление подготовки	41.04.04 – Политология (магистратура)
4.	Направленность (профиль)	«Общая политология»
5.	Объем дисциплины (в часах и зачетных единицах)	108 ч. (3 з.е.)
6.	Аннотация дисциплины	<p>В ходе освоения дисциплины учащиеся узнают основные академические дискурсы по поводу воздействия медиа на политику. Изучат причины и условия цифровизации традиционных дипломатических практик, цифровых дипломатических практик. Студенты получают представление о сложившихся научных школах, исследовательских коллективах, применяемых подходах и методах. На занятиях актуализируются вопросы политического процесса в условиях медиатизации, легитимности политической власти, режимов, политической мифологии и сетевых форм манипуляции массовым сознанием.</p>
7.	Форма промежуточной аттестации	Экзамен
8.	Компетенции	<p>УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий, формулировать научно обоснованные гипотезы, применять методологию научного познания в профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-4. Способен устанавливать причинно-следственные связи, давать характеристику и оценку общественно-политическим и социально-экономическим событиям и процессам, выявляя их связь с политическим, экономическим, правовым, социальным и культурно-цивилизационным контекстами, а также с объективными тенденциями и закономерностями комплексного развития конфликтов на глобальном, макрорегиональном, национально-государственном, региональном и локальном уровнях</p> <p>ПК-1. Способен самостоятельно выявлять актуальные научные проблемы политологии, разрабатывать методологический и методический инструментарий политологического исследования применительно к конкретному объекту изучения</p> <p>ПК-5. Способен осуществлять образовательный процесс в общеобразовательных организациях, профессиональных образовательных организациях, образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного образования по политологическим дисциплинам, используя актуальные методики преподавания</p> <p>ПК-17. Способен самостоятельно определять тему политологического (политического) проекта, его цели и задачи,</p>



		<p>разрабатывать план реализации проекта</p> <p>ПК-18. Способен самостоятельно собирать, анализировать и систематизировать информацию, необходимую для реализации политологического (политического) проекта, оформлять макет (модель) проекта</p>
9.	Примеры оценочных материалов (фондов оценочных средств)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Медиаполитика в работах российских исследователей.</li> <li>2. Виртуализация и геймификация политики.</li> <li>3. Медиаполитика в работах зарубежных исследователей.</li> <li>4. Политическая символика в условиях цифровых трансформаций.</li> <li>5. Понятие и сущность медиаполитики.</li> <li>6. Развитие современных цифровых корпоративных корпораций. Сетевые эффекты.</li> <li>7. Сущность, характерные признаки и причины медиатизации политики.</li> <li>8. Российская практика цифровой дипломатии.</li> <li>9. Сущность, основные признаки и примеры политейнмента.</li> <li>10. Инструментарий цифровой дипломатии: методы сбора и анализа данных.</li> <li>11. Персонализация политики: сущность, признаки и причины феномена.</li> <li>12. Анализ нормативных оснований цифровой дипломатии современной России.</li> <li>13. Медиакратия: сущность, характерные особенности и примеры проявления. Российские и зарубежные исследования феномена медиакратии.</li> <li>14. Российские практики онлайн-делиберации.</li> <li>15. Скептический подход к проблеме воздействия медиа на политику: исследования и их ключевые тезисы.</li> <li>16. Анализ нормативных оснований цифровой дипломатии современных США.</li> <li>17. Алармистский подход к проблеме воздействия медиа на политику: исследования и их ключевые тезисы.</li> <li>18. Гейткиперы как составной элемент медиаполитики: примеры и их анализ.</li> <li>19. Прогрессистский подход к проблеме воздействия медиа на политику: исследования и их ключевые тезисы.</li> <li>20. Примеры применения технологий фрейминга в сетевых коммуникациях.</li> <li>21. Признаки и сущность цифровых медиа.</li> <li>22. Медиаполитические технологии G2G: сущность и примеры.</li> <li>23. Исследования, подтверждающие эффект эхо-камер: основные тезисы и их оценка.</li> <li>24. Американская практика цифровой дипломатии.</li> <li>25. Исследования, критикующие эффект эхо-камер: основные тезисы и их оценка.</li> <li>26. Медиаполитические технологии G2C: сущность и примеры.</li> <li>27. Социотехническая реальность: сущность, признаки, исследования.</li> <li>28. Китайская практика цифровой дипломатии.</li> <li>29. Алгоритмизация. Влияние алгоритмов на медиаполитику:</li> </ol>



		<p>особенности, последствия, примеры.</p> <p>30. Медиаполитические технологии G2B: сущность и примеры.</p> <p>31. Медиаполитика в условиях внедрения технологий рейтингования и предиктивной аналитики.</p> <p>32. Европейские практики онлайн-делиберации.</p> <p>33. Воздействие цифровых корпораций на медиаполитические процессы. Феномен медиаимпериализма.</p> <p>34. Примеры провокаций и невербального привлечения внимания на пресс-конференциях.</p> <p>35. Проблема влияния алгоритмов на темпоральность и формирование идентичности.</p> <p>36. Практики онлайн-делиберации в азиатских странах.</p> <p>37. Феномен деплатформинга: сущность и актуальные примеры.</p> <p>38. Проблема информационно-пропагандистских войн: примеры и их анализ.</p> <p>39. Воздействие цифровых корпораций на дискурс в сетевых коммуникациях. Фактор алгоритмизации.</p> <p>40. Медиатизация стереотипов: примеры и возможность профилактики.</p> <p>41. Цифровая дипломатия: понятие, сущность и основные признаки.</p> <p>42. Проблема цифровой стигматизации.</p> <p>43. Этапы развития цифровой дипломатии как феномена.</p> <p>44. Политическая интрига в медиасреде: признаки, механизм, примеры.</p> <p>45. Отечественные и зарубежные исследования в сфере краудсорсинга и онлайн-делиберации.</p> <p>46. «Цифровой шелковый путь»: сущность и анализ.</p> <p>47. Политическая власть в условиях сетевых коммуникаций. Концепция М. Кастельса.</p> <p>48. Технологии медиалегитимации современных политических режимов: сущность, примеры.</p> <p>49. Политический скандал: сущность, особенности и профилактические меры в медиасреде.</p> <p>50. Фактор постправды в медиакommunikациях.</p> <p>51. Потенциалы и ограничения технологий искусственного интеллекта в современной медиаполитике.</p>
10.	Список обязательной литературы	<p>1. Сулейманова Ш.С. Медиаполитика в современном российском обществе. – М.: Международный издательский центр «Этносоциум», 2013.</p> <p>2. Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. — М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019.</p> <p>3. Прохоров А., Коник Л. Цифровая трансформация. Анализ, тренды, мировой опыт. Издание второе, исправленное и дополненное. — М.: ООО «КомНьюс Групп», 2019.</p> <p>4. Федорченко С.Н. Власть алгоритма: технологии легитимации политических режимов в условиях цифровизации. – М.: "Проспект", 2023.</p>