Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.7 Россия в глобальном информационном пространстве»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

Реклама и связи с общественностью в информационном обществе

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2023

Рабочая программа дисциплины «*Б1.В.ДВ.7 Россия в глобальном информационном пространстве*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры

протокол № 8 от "16" февраля 2023 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры *подпись* Т.Ю. Димитрова
расшифровка подписи

Исполнитель:
доцент *подпись* Т.Ю. Димитрова
должность *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью Ю.В. Кудашова
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
подпись Н.Н. Бигалиева
расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета
личная подпись Е.Ф. Томина
расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Димитрова Т.Ю., 2023
© ОГУ, 2023

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Россия в глобальном информационном пространстве» является формирование ориентации в современных информационных процессах современной жизни России, умения творчески исследовать новые реалии и развитие способностей к аналитическому мышлению. Глубокой трансформацией охвачены основные сферы жизнедеятельности социума: взаимодействие с природой; общественные отношения; политическая регуляция. Производство материальных благ, создание культурных ценностей и осуществление власти становятся напрямую зависимыми от технологических возможностей общества, основу которых составляют информационные и коммуникационные технологии.

Задачи дисциплины:

в теоретическом плане:

– системное изложение специфики информационного пространства, информационного общества, информационной сферы как объекта государственного управления, базирующейся на естественном праве человека на информацию;

– анализировать содержание информационных процессов в современном гражданском обществе и государстве, роль и место России в глобальном информационном пространстве;

в практическом плане:

– оказать помощь в овладении многообразными способами познавательной деятельности,

– использование полученных знаний в осуществлении тактического и стратегического планирования коммуникационных кампаний/мероприятий;

– способствовать активизации познавательной деятельности и гражданской ответственности студентов.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.35 Теория коммуникации*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.33 Современные международные отношения, Б1.Д.Б.34 Государственно-конфессиональные отношения в Российской Федерации*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-2 Способен к участию в стратегическом планировании коммуникационных кампаний/мероприятий	ПК*-2-В-1 ПК-2.1. Осуществляет тактическое и стратегическое планирование коммуникационных кампаний/мероприятий	**Знать:** содержание и специфику информационного пространства, информационного общества **Уметь:** анализировать анализировать содержание информационных процессов в современном гражданском обществе и государстве, роль и место России в глобальном информационном пространстве **Владеть:** навыками использования полученных знаний о роли и месте России в глобальном информационном пространстве в осуществлении тактического и

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		стратегического планирования коммуникационных кампаний/мероприятий

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	1 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**108**	**108**
Контактная работа:	**4,25**	**4,25**
Лекции (Л)	2	2
Практические занятия (ПЗ)	2	2
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- написание реферата (Р);* *- написание эссе (Э);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- подготовка к практическим занятиям*	**103,75**	**103,75**
Вид итогового контроля (зачет)	**зачет**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Информационное общество: сущность, функции, модели	27	1	1		25
2	Политико-правовые основы регулирования информационных отношений	27	-	-		27
3	Россия и глобальное информационное пространство.	27	-	-		27
4	Международный имидж России в формирующейся системе глобального информационного общества	27	1	1		25
	Итого:	108	2	2		104
	Всего:	108	2	2		104

4.2 Содержание разделов дисциплины

1 Информационное общество: сущность, функции, модели

Возникновение и основные этапы становления информационного общества и его влияние на политическую сферу.

Причины и последствия информационных революций. Информационная революция, связанная с изобретением письменности. Появление возможностей распространения знаний и сохранения их для передачи последующим поколениям. Информационная революция (примерно середина XVI века) вызванная изобретением книгопечатания, которое радикальным образом изменило обще-

ственную культуру и ее влияние на политическую сферу. Информационная революция (конец XIX века) обусловленная изобретением электричества. Появление телеграфа, телефона, радио, телевидения, позволяющих изменить динамику социкультурных и политических отношений. Информационная революция (70-е годы XX века) связанная с изобретением персонального компьютера (ПК). Бурный рост потоков и объемов информации, "информационный взрыв", как нарастание противоречие между традиционными информационными технологиями (с помощью бумаги и ручки и т.п.) и нараставшими объемами информации.

Возникновение и основные этапы становления информационного общества и его влияние на политическую сферу. Первые политические доклады об информационном обществе. Изобретение самого термина (Ю. Хаяши профессор Токийского технологического института) - в 1969 году японскому правительству были представлены отчёты «Японское информационное общество: темы и подходы» и «Контуры политики содействия информатизации японского общества», а в 1971 году - «План информационного общества». Научно-практическое обоснование теории информационного общества в 80-90-е годы: Йошита Масуда, Збигнев Бжезинский, Дж. Нэсбитт. Теория Олвина Тоффлера как классическая теория информационного общества (в нашей стране переводились его нашумевшие книги «Future shock» (Шок от столкновения с будущим, 1971), «Экоспазм» (1975), «Третья волна» (1980). Развитие новых информационно-коммуникационных технологий как база становления информационного общества. Понятие, особенности и преимущества глобального информационного общества. Модели развития информационного общества.

Политический, экономический, социальный и технологический факторы формирования глобального информационного пространства после окончания холодной войны. Глобализация и информационное общество в оценках ведущих социологов, политологов и экономистов. Структура информационного рынка, медийные секторы и их взаимосвязь. Политическое, экономическое и правовое регулирование медиарынка. Основные акторы коммуникационных сетей. Развитие информационного общества во второй половине 90-х годов. Принятие главами государств и правительств «Группы восьми» 22 июля 2000 года Окинавской хартии Глобального информационного общества. Принятие 27 марта 2006 года генеральной Ассамблеей ООН резолюцию под номером A/RES/60/252, которая провозглашает 17 мая Международным днем информационного общества. Проблемы становления глобального информационного общества и деятельность государств по их решению.

2 Политико-правовые основы регулирования информационных отношений

Основные подходы к политико-правовому понятию информации: антропоцентрический, техноцентрический и недетерминированный. Сведения и факты, которые теоретически могут быть получены и усвоены, то есть преобразованы в знания, как суть антропоцентрического подхода. Его применение в современной практике, например, в российском законодательстве: «Под информацией понимаются сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления» (Федеральный Закон № 24-ФЗ № «Об информации, информатизации и защите информации» от 25.01.95 г. «Российская газета» № 39 от 22.02.95 г.). Суть техноцентрического подхода как отождествление информации с данными. Распространение подхода в технических дисциплинах. Например, «информация передается по компьютерным сетям», «информация обрабатывается компьютерами», «информация хранится в базах данных». Зависимость трансформации данных в собственной информацию от многочисленных аппаратных, программных и естественных методов.

Применение техноцентрического подхода в правовом регулировании, например Германии, где такие понятия, как информация, доступ к информации, модификация информации, применяется во всех случаях, когда речь идет об эксплуатации технических систем, представляются как данные, доступ к данным, модификация данных. Недетерминированный подход (философский) к понятию информации как отказ от определения информации на том основании, что оно является фундаментальным, как, например, материя и энергия. Информационное пространство России: исторический аспект.

3 Россия и глобальное информационное пространство

Концептуальные основы формирования информационного общества в России. Перспективы интеграции России в глобальное информационное общество. Концепция формирования информационного общества в России. Доктрина информационной безопасности РФ.

Национальные интересы, национальная безопасность и внешняя политика России. Трансформация понятия «национальной безопасности» как важнейшей функции государства. На смену «грубой» военной силе оружия приходит «мягкая сила» убеждения психологической манипуляции. Пересмотр подходов к формированию военной стратегии новой эпохи. Концепция «сетевой войны».

Особенности развития информационных технологий и влияния информационной революции, характерные большинству регионов мира и специфичные для отдельных регионов планеты.

Появление новых понятий – «реальная виртуальность», когда освещение некоторого события в прессе приобретает большую важность, чем само это событие.

Основные факторы угроз национальной безопасности России в информационной сфере (конфликты за завоевание и удержание господства в информационной сфере; рост масштабов глобальных информационных сетей под контролем радикальных группировок, террористов, рост числа хакерских атак на информационные системы министерства обороны и федеральных органов власти; научно-исследовательские программы по созданию технических средств манипулирования сознанием животных и человека).

Приоритетные направления обеспечения информационной безопасности России. Формирование национальной информационной стратегии РФ, определение национальных интересов России в информационной сфере. Цель национальной информационной стратегии (сохранение целостности государственного суверенитета, обеспечение условий развития РФ как субъекта международного права в новых условиях глобализирующего мира и формирования планетарного информационного общества). Ресурсы реализации национальной информационной стратегии. Задачи стратегии во всех сферах жизни общества. Принципы национальной информационной стратегии. «Фактор CNN» и его роль в политических процессах. Особенности освещения вооруженных конфликтов и терактов глобальными телеканалами и сетевыми СМИ. Потенциальные и реальные возможности влияния глобальных медиа на политику и дипломатию в кризисных ситуациях. Тактика и стратегия информационных войн.

4 Международный имидж России в формирующейся системе глобального информационного общества

История формирования международного имиджа России. Необходимость и основные направления формирования международного имиджа России в условиях становления глобального информационного общества. Проблемы формирования международного имиджа России в условиях становления глобального информационного общества. Способы манипулирования информацией. Основания для формирования положительного имиджа государства: положительный образ государственной власти, репутация страны, постоянное позиционирование положительного имиджа, утверждение в общественном мнении характера, сущности страны. Направления в формировании позитивного образа России в глобальном информационном пространстве.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Информационное общество: сущность, функции, модели	1
2	2	Политико-правовые основы регулирования информационных отношений	1
3	3	Россия и глобальное информационное пространство.	1
4	4	Международный имидж России в формирующейся системе глобального информационного общества	1
		Итого:	2

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

5.1 Основная литература

Медиасистема России: учебник для студентов вузов : [16+] / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг [и др.] ; под ред. Е. Л. Вартановой. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2021. – 424 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612615 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7567-1103-5. – Текст : электронный.

Блюмин, А. М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие : [16+] / А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 384 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684281 (дата обращения: 18.03.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04323-9. – Текст : электронный.

5.2 Дополнительная литература

Дергачев, В. А. Глобалистика : учебное пособие / В. А. Дергачев. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 304 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685416 – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00957-7. – Текст : электронный.

Информационное право : учебное пособие / авт.-сост. В. Ю. Рогозин, С. Б. Вепрев, А. В. Остроушко ; Академия Следственного комитета Российской Федерации. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 192 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685793 – ISBN 978-5-238-02858-3. – Текст : электронный.

Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 334 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930 – Библиогр.: с. 319-322. – ISBN 978-5-394-00783-5. – Текст : электронный.

5.3 Периодические издания

PR в России: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»
PR-диалог/Massmedia XXI век: журнал. - М. : АРЗИ
PUBLISH/ Паблиш: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»
Журналистика и медиарынок: журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА
Маркетинг: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»
Маркетинговые коммуникации: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»
Советник: журнал. - М. : Агентство «Роспечать»
Пресс-служба. - М. : Агентство «Роспечать»
Служба PR. - М. : Агентство «Роспечать»
Рекламодатель: теория и практика. - М. : Агентство «Роспечать»

5.4 Интернет-ресурсы

http://www.regnum.ru/ - сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире.

http://www.courson.ru/course/filosofiya_prezentacii_kak_podgotovit_rasskaz_o_novom_produkte_686/ Онлайн-видеокурс «Результативная бизнес-презентация 2.0» курс для тех, кто хочет проводить презентации с максимальным результатом, как подготовить и провести презентацию на любую тему.

http://www.public.ru/ - полный спектр услуг по работе с материалами масс-медиа: онлайн-доступ к уникальной коллекции публикаций СМИ Public.Ru, мониторинг прессы и проведение ана-

литических исследований на базе открытых источников. Поиск и профессиональный анализ информации СМИ.

http://fas.gov.ru - сайт Федеральной антимонопольной службы РФ, актуальная информация о контроле выполнения рекламного законодательства, конкуренции в РФ.

http://advertology.ru/ - новости рекламного и PR рынка, статьи, репортажи, актуальная информация о правовых аспектах рекламной деятельности.

http://www.raso.ru/ - сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью.

http://www.rbc.ru/ - журнал, телеканал «РосБизнесКонсалтинг (РБК)», аналитические статьи, передачи, актуальная экономическая и политическая информация.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

1. Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru
2. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2023]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
3. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2023]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe
4. http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.