

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уральский государственный университет им. А.М. Горького»

Факультет журналистики
Кафедра периодической печати

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации»

Екатеринбург - 2007

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета журналистики
_____ Лозовский Б.Н.

(дата)

Программа специальной дисциплины **«Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации»** составлена в соответствии с требованиями к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного специалиста по специальности 030601 (021400) «Журналистика» по циклу дисциплин специализации государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования.

Семестр 9

Общая трудоемкость дисциплины 108,

в том числе:

Лекций: 32

Контрольные мероприятия:

Зачет

Автор: Лозовский Борис Николаевич, кандидат филологических наук,
профессор кафедры периодической печати Уральского госуниверситета

Рекомендовано к печати протоколом заседания
кафедры периодической печати от 17.10.07., № 6

(С) Уральский государственный университет

(С) Лозовский Борис Николаевич, 2007

Цели и задачи дисциплины:

познакомить студентов с современными способами и технологиями манипулятивного воздействия на средства массовой информации и журналистов, выработать навыки противодействия

Тема 1. Средства массовой информации как объект и субъект манипулятивного воздействия.

Определение манипуляции. Виды манипуляций. Манипуляция как способ управления. Манипуляция как угроза информационной безопасности общества. Субъекты воздействия на общественное сознание. СМИ как объект и субъект манипулятивного воздействия. Законы манипуляции.

Тема 2. Политические и экономические факторы влияния на СМИ.

Власть как субъект регулирования СМИ. Государство и его структуры как учредители СМИ. Власть и негосударственные СМИ. Форма собственности и содержание СМИ. Максимизация прибыли и контент. Экономическая самостоятельность как фактор противодействия манипуляциям. Политические технологии как форма управления содержанием СМИ.

Тема 3. Общественность как субъект влияния на СМИ

Формы давления на журналистов со стороны организаций. Манифестации общественности. Формирование общественных движений за изменения в СМИ. «Техника безопасности» в работе с журналистами. Аудитория: новые требования к содержанию.

Тема 4. Профессиональная корпорация как субъект сопротивления манипулятивным воздействиям

Журналистика как специфическая репрезентация действительности. Отличия журналистики от пропаганды, Public Relations, рекламы. Профессиональные стандарты в журналистике. Методика профессионально-этического аудита текстов СМИ. «Техника безопасности» в работе журналиста.

Перечень контрольных вопросов и заданий

1. Определите понятия: *информационная безопасность, манипуляция.*
2. Назовите основные угрозы информационной безопасности.
3. Укажите существенные различия между журналистикой, пропагандой, рекламой.
4. Охарактеризуйте основные субъекты, воздействующие на СМИ.
5. Что означает термин «манипулируемые манипуляторы» в отношении СМИ?
6. Раскройте смысл основных закономерностей манипулирования СМИ.
7. Охарактеризуйте взаимоотношения государства и его структур со средствами массовой информации.

8. Перечислите и охарактеризуйте формы влияния государственных органов на СМИ.
9. Определите понятие *политические технологии*.
10. Перечислите и охарактеризуйте формы и методы политтехнологического воздействия на СМИ и журналистов.
11. Что представляет собой технология «формирования повестки дня»?
12. Что представляет собой технология «создания информационных поводов»?
13. Охарактеризуйте влияние рейтингов на содержание телепередач.
14. Перечислите и раскройте формы влияния собственника на содержание СМИ.
15. Перечислите и охарактеризуйте формы давления общественных организаций на СМИ.
16. Перечислите формы и приемы привлечения внимания журналистов к мероприятиям организаций.
17. В чем заключается «техника безопасности в работе с журналистами».
18. Охарактеризуйте существенные изменения аудитории СМИ в начале XXI столетия.
19. Раскройте требования современных аудиторий к содержанию СМИ.
20. Охарактеризуйте специфические различия между журналистикой и средствами массовой информации.
21. Перечислите основные профессиональные стандарты в журналистике.
22. Изложите методику профессионально-этического аудита текстов СМИ.
23. Изложите правила «техники безопасности в работе журналиста».
24. Охарактеризуйте роль медиаобразования в противодействии манипулятивным воздействиям СМИ.
25. Изложите основные положения «Доктрины информационной безопасности» Российской Федерации.
26. Изложите основные положения Закона РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
27. В чем заключается ответственность СМИ за распространение экстремистских материалов и осуществление экстремистской деятельности.
28. Укажите основные положения современного российского законодательства об информационной безопасности.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ВИДАМ И ТЕМАМ РАБОТ

№	Наименование тем и разделов	Всего (часов)	Лекции	Семинары	Самостоятельная работа
I.	Тема 1. СМИ как объект и субъект манипулятивного воздействия	10	6		6
II.	Тема 2. Политические и экономические факторы влияния на СМИ	12	6		6

III.	Тема 3. Общественность как субъект влияния	14	6		6
IV.	Тема 4. Профессиональная корпорация как субъект сопротивления	12	6		6
V.	Тема 5. Техника безопасности в работе журналиста		8		10
	Итого:	66	32		34

ФОРМА ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ: зачет

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Основная литература

Доценко Е.А. Психология манипуляции. М.: МГУ, 1996.

Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как формируется «повестка дня»? Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного ун-та. - 2001. – 132 с.

Ермаков Ю.А. Манипуляция личностью: смысл, приемы, последствия. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 1995. – 208 с.

Ильясов Ф. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. М.: Изд-во ИМА-пресс, 2000. – 200 с.

Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2002. – 832 с.

Кара-Мурза С.Г. Власть манипуляции. М.: Академический Проект, 2007. – 384 с.

Лозовский Б.Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации. Учебное пособие. Екатеринбург, 2007.

Дополнительная литература

Абдуллаев Ч. Манипулятор: В 2 т. Т.1. Три осенних дня. Т.2. Плутократы . – М.: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Издательство АСТ», 2003. – 635 с.

Адлер Х. НЛП. Современные психотехнологии. СПб., 2000. -

Андреев А.А. Теледебаты: момент истины или манипулирование общественным мнением? // Вестник МГУ. Серия 10 журналистика. 2002, № 5.

Андрунас Е.Ч. Информационная элита: корпорация и рынок новостей. М., 1986.

Андрунас Е.Ч. Бизнес и пропаганда. М., 1992.

Багдикян Б. Монополия средств массовой информации. М., 1987.

Барт Р. Мифологии. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2000. – 320 с.

Бегбедер Ф. 99 франков. – М.: Иностранка, 2004. – 395 с.

Беккер К. Словарь тактической реальности. Культурная интеллигенция и социальный контроль. М.: Ультра. Культура, 2004. – 224 с.

- Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М.: «Добросвет», 2000. – 387с.
- Борисов Б.Л. Реклама и ПР: алхимия власти. М.: 1998. - С.
- Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
- Бурдые П. Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993. - 336 с.
- Бурова Ю., Сюткина А. СМИ и массовое политическое сознание: взаимовлияние и взаимозависимость. М., 2002.
- Бурдые П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2002. – 159 с.
- Бусленко Н.И. Правовое содержание свободы массовой информации и информационная безопасность // Филологический вестник Ростовского государственного университета. 2001, № 3. С. 46 – 51.
- Бухарин С.Н., Цыганов В.В. Методы и технологии информационных войн. – М.: Академический Проект, 2007. – 382 с.
- Воеводин А.И. Стратегемы – стратегии войны, манипуляции, обмана. Изд.2-е, доп. - М.: Белые альвы, 2003. – 256 с.
- Волковский Н.Л. История информационных войн. В 2 ч. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 2002. – 604 с.
- Гарифуллин Р. Энциклопедия блефа. Манипуляция, психология и психотерапия. Казань: 1995. – С.
- Гельман М. Цензуры нет, есть редакционная политика // Новая газета, 2005, № 14.
- Глюксман А. Достоевский на Манхэттене. Пер. с франц. В.Бабинцева. – Екатеринбург: У-Фактория, 2006. – 224 с.
- Гляйсберг Г. О концентрации печати и манипулировании общественным мнением. М., 1974.
- Горчева А.Ю. Политический менеджмент постсоветской России. – М., Изд-во МГУ, 2003. – 192 с.
- Горяева Т.М. Политическая цензура в СССР 1917-1991. М., РОССПЭН, 2002. – 400 с.
- Грин Р. 48 законов власти. М.: «РИПОЛ КЛАССИК», 2001. – 768 с.
- Груша А. СМИ как фактор политического выбора // Вестник МГУ, серия «Журналистика», 2001, № 1.
- Гуревич П.С. Социальная мифология. М., 1985.
- Дзялошинский И.М. Российские СМИ в условиях избирательной кампании: уроки «эффективности». М., 2000.
- Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в масс-медиа // Вестник МГУ, сер. Журналистика, 2005, № 1. – С. 29 - 55.
- Дубин Б. Посторонние: власть, масса и масс-медиа в сегодняшней России // Отечественные записки, 2005, № 6.
- Дубин Б. Масс-медиа и коммуникативный мир жителей России: пластическая хирургия социальной реальности // www.polit.ru/research/2006/09/06/dubin.html
- Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. СПб.: Питер, 2007. – 112 с.

- Звонок «друга» и еще 17 способов сделать новости правильными // Новая газета, 2005, № 14.
- Зырянов В.И., Степаненков В.В. Выборы губернатора. Модульный план подготовки кампании. Методические рекомендации/ М.: Институт современной политики. Российский Центр обучения избирательным технологиям при Центральной избирательной комиссии Российской Федерации, 2000. – 247 с.
- Иванчук Н.В. Технологии зла в манипуляторской деятельности. Екатеринбург, 2000.
- Иголкин А. Пресса как оружие власти // Россия XXI. № 11-12, 1995.
- Информационная и психологическая безопасность в СМИ: В 2-х т. Т.1: Телевизионные и рекламные коммуникации / Под ред. А.И.Донцова, Я.Н.Засурского, Л.В.Матвеевой, А.И.Подольского. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 335 с.
- Информационная политика: Учебник / Под общ. ред. В.Д.Попова. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – 463 с.
- Информационное общество: Информационные войны. Информационное управление. Информационная безопасность / Под ред. М.А.Вуса. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 1999. – 212 с.
- Кассирер. Техника политических мифов // Октябрь, 1993, № 7. – С. 153 – 164.
- Киселев К.В. Политический слоган: проблемы семантической политики и коммуникативная техника. Екатеринбург, УрОРАН, 2002. – 242 с.
- Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну – М.: Академический Проект, 2005. – 448 с.
- Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. – М.: Академический проект, 2005. – 400 с.
- Ковач Б., Розенстил Т. Элементы журналистики. – М.: Престиж, 2004. – 192 с.
- Колесников А.В., Привалов А.Н. Новая русская идеология: хроника политических мифов. М.: ГУ ВШЭ, 2001. –
- Костиков В. Евроремонт цензуры // Аргументы и факты, 2003, № 34.
- Короченский А.П. «Пятая власть»? Феномен медиакритки в контексте информационного рынка. Международный институт журналистики и филологии. Ростов-на-Дону, 2002. – 272 с.
- Куренной В. Медиа: средства в поисках целей // Отечественные записки, 2003, № 4.
- Ламбет Э.Б. Приверженность журналистскому долгу. Об этическом подходе в журналистской профессии. – М.: ВИАЛАНТА, 1998. – 320 с.
- Лебедева Т. Корпоративная и политическая режиссура. Модели, системы ценностей, каналы СМК. М., 2002. – 352 с.
- Ледяев В.Г. Формы власти. Манипуляция // Полис, 2000, № 2. – С.
- Линдон Д. Политический маркетинг. М., 2000. – 277 с.
- Лобков Д. Как заработать на сенсациях – М.: НТ Пресс, 2006. – 160 с.
- Лозовский Б.Н. Когда пресса теряет невинность // Журналист, 1990, № 11.
- Макаревич Э., Карпухин О. Игры интеллигентов, или Социальный контроль масс. – М.: Изд-во Эксмо, 2003. – 480 с.

- Мальцева Н.М. Грязные избирательные технологии: мифы и реальность. М., 2003.
- Мансурова В.Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации. Барнаул: Изд-во Алт.ун-та, 2002. – 237 с.
- Матвейчев О.А. Что такое политический консалтинг? Проблемы манипуляции. М., «Институт учебника «Пайдейя». 1999. – 296 с.
- Матвейчев О., Новиков В. Предвыборная кампания: практика против теории. Екатеринбург. Изд-во УрГУ, 2003. – 186 с.
- Матвейчев О. Уши машут ослом.
- Мельник Г.С. Mass Media: Психологические процессы и эффекты. СПб, 1996.
- Миронов А.С. Раздувай и властвуй. – М.: Добросвет, 2001. – 216 с.
- Мирошниченко А.А. Выборы: от замысла до победы. М.: Изд-во «Центр», 2003.
- Морис Д. Игры политиков / Пер. с англ. Н.А.Анастасьева. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ООО «Транзиткнига», 2004. – 381 с.
- Мэтис М. Накорми зверя по имени Медиа: Простые рецепты для грандиозного публицити / Пер. с англ. Е.Трусовой – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. – 320 с.
- Назайкин А.Н. Как манипулировать журналистами. Практич. Пособие. – М.: Дело, 2004. – 240 с.
- Нисневич Ю.А. Информация и власть. М., 2000. –
- Пасти С. Российский журналист в контексте перемен. Медиа Санкт-Петербурга. – Tampere, Tampere University Press, 2004. – 292 с.
- Перкинс Дж. Исповедь экономического убийцы. М.: Pretext, 2005. – 319 с.
- Плотников В.И. Ночной кошмар с Николаем Сванидзе. – М.: Изд-во Алгоритм, 2005. – 416 с.
- Политические коммуникации. Под ред. А.И.Соловьева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 332 с.
- Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнс, или как успешно управлять общественным мнением. М., 1998.
- Почепцов Г.Г. Информация & дезинформация. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2001. – 256 с.
- Прохоров А.П. Русская модель управления. М.: ЗАО «Журнал Эксперт», 2002. – 376 с.
- Ремизов М. К вопросу об «интеллектуальной журналистике» в условиях «свободы» // Русский журнал, 2001, 2 ноября.
- Реснянская Л.Л. Общественный диалог и политическая культура общества. М., Пульс, 2003. – 44 с.
- Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Пер. с англ. Д. Борисов. – М.: Ультра. Культура, 2003. – 368 с., илл.
- Русакова О.Ф., Спасский А.Е. Что такое политический маркетинг. Екатеринбург, Издательский дом «Дискурс-Пи», 2004. – 144 с.
- Сделки с крупными СМИ – всегда политические // Ведомости, 2006, № 58.
- Сенкевич Н. Пресса – это сфера обслуживания населения // Российская газета, 2006, 5 декабря.
- Слабые медиа и демократия // Эксперт, № 44, 2002. - С. 14.

- Смирнов С.В. Времена лжи с Владимиром Познером. - М.: Изд-во Алгоритм, 2005. – 512 с.
- Соловьев А.И. Политический дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи // Политические исследования, 2004. № 2. – С. 124 – 132.
- Соловьев А.И. Коммуникация и культура: противоречия поля политики // Полис, 2002, № 6.
- Сорос Дж. Мыльный пузырь американского превосходства. На что следует направить американскую мощь / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 192 с.
- Супрун Л. Политический маркетинг. М., 2006. – 312 с.
- Сухенко А. Управление обещаниями // Эксперт, 2002, № 37.
- Трегубова Е. Байки кремлевского диггера. М., Изд-во «Ад Маргинем», 2003. – 383 с.
- Трегубова Е. Прощание кремлевского диггера. – М.: Издательство «Ад Маргинем», 2004. – 208 с.
- Третьяков В. Т. Как стать знаменитым журналистом: Курс лекций по теории и практике современной русской журналистики / предисл. С.А.Маркова. – М.: Ладомир, 2004. – 623 с.
- Тузиков А.Р. Масс-медиа: идеология видимая и невидимая // Политические исследования, 2002, № 5.
- Фоссато Ф. Медиаландшафт: 1991-2003 // Отечественные записки, 2003, № 4.
- Хозиков В.И. Информационное оружие. – СПб.: Издательский Дом «Нева», М.: Издательство «ОЛМА-ПРЕСС Образование», 2003. – 480 с.
- Цензура в России в конце XIX – начале XX века. Сборник воспоминаний. СПб., Дмитрий буланин, 2003. – 366 с.
- Цуладзе А.М. «Политические манипуляции, или Покорение толпы». – М.: Книжный дом «Университет», 1999.
- Цуладзе А. Большая манипулятивная игра. М.: Алгоритм, 2000. – 336 с.
- Цуладзе А. Политическая мифология. М.: Изд-во Эксмо. 2003. – 384 с.
- Чичановский А. СМИ и власть // Диалог, 1995, № 5-6.
- Чумиков А.Н. Креативные технологии «Паблик рилейшнз». Екатеринбург, Изд-во «Баско», 1999.
- Чумиков А.Н., Рогачев С.В. и др. Политическая аналитика на информационном рынке СМИ накануне выборов. М., Международный пресс-клуб, 1998.
- Чумиков А.Н. Управление информацией в условиях кризиса. М.: ЭКСМО, 2003. – 345 с.
- Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. Пер с фр. М.: Socio-Logos, 1997. – 317 с.
- Шапарь В.Б. Психология манипулирования. Ростов н/Д.: Феникс, 2007. – 368 с.
- Шейнов В.П. Пиар «белый» и «черный». Технология скрытого управления людьми. М.: АСТ, 2006. – 672 с.
- Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Политиздат, 1984. – 395 с.

Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб, 2001. – 111 с.

Шмит К. Понятие политического // Вопросы социологии, 1992, т.1, № 1.

Шостром Э. Анти-Карнеги. Или Человек-манипулятор. Минск, 1992.

Щедровицкая М. «Тайное оружие» манипуляторов или коммуникационный бизнес // Со-общение, спецвыпуск, октябрь 2000.

Журналы

Вестник МГУ. Серия «Журналистика»

Журналист

Журналистика и медиарынок

Медиальманах

Полис

Ресурсное обеспечение

Компьютерный класс факультета журналистики

Компьютерные классы для гуманитарных факультетов УрГУ