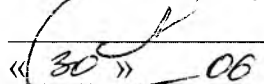


Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

 А.В. Егоров

« 30 » 06 2026 г.

Регистрационный № УД- 6934-26 /уч.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальности
6-05-0312-01 «Политология»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 6-05-0312-01-2023, учебного плана по специальности 6-05-0312-01 «Политология».

СОСТАВИТЕЛЬ:

К.И.Костиневич, доцент кафедры политологии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат политических наук

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

И.А.Чувиллов, доцент кафедры международных отношений Белорусского государственного университета, кандидат политических наук, доцент;

В.Г.Шендрик, доцент кафедры философии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат философских наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой политологии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 9 от 17.05.2026);

Методической комиссией по учебным дисциплинам социально-гуманитарного модуля, по специальностям «Психология», «Социология», «Политология (по направлениям)», «Политология», «Философия», «Экономика» с профилизацией «Экономическая психология» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 4 от 22.05.2026);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 9 от 30 06 2026).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Государственная информационная политика» направлена на формирование у студентов знаний, умений и навыков, связанных с разработкой и реализацией государственной информационной политики, которые являются неотъемлемым компонентом их профессиональной подготовки. Содержание учебной программы нацелено на систематизацию, обобщение и передачу знаний в сфере информационной политики государства, ознакомление студентов со спецификой осуществления спецификой разработки и реализации информационной политика. Актуальность данной учебной программы обусловлена возрастающим запросом на выстраивание диалога государства и общества, что требует усвоения знаний об инструментах и методах осуществления государственной информационной политики будущими специалистами-политологами.

Значимость и необходимость изучения теоретического и практического опыта государственной информационной политики в настоящее время обусловлена также ростом дигитализации и сетевизации обмена информацией в политической системе. В данной дисциплине теоретические знания в области государственной информационной деятельности согласуются с приобретением обучающимися навыков формирования и реализации информационной политики.

Цель преподавания учебной дисциплины – формирование навыков применения инструментов государственной информационной политики, изучение основных концепций информационной политики и нормативных правовых актов, регулирующих данную сферу.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- определение роли государственной информационной политике в государственном и политическом управлении;
- формирование навыков осуществления информационной работы в различных условиях, направлениях и с применением различных инструментов и ресурсов;
- понимание основных тенденций развития государственной информационной политики как в Республике Беларусь, так и в других государствах.

В результате изучения учебной дисциплины «Государственная информационная политика» формируется следующая **компетенция**:

специализированная:

Применять научно-теоретические знания на практике при реализации государственной политики в сфере информатизации и понимать ее влияние на национальную безопасность.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- категориальный аппарат и содержание основных терминов, связанных с формированием и реализацией государственной информационной политики;
- особенности правового регулирования государственной информационной политики в различных сферах;

- технологии формирования и осуществления государственной информационной политики;
- основные информационные угрозы, возникающие как внутри, так и за пределами государства;
- особенности формирования имиджа государства и государственных органов;

уметь:

- анализировать процессы осуществления государственной информационной политики на различных этапах;
- применять различные инструменты формирования и осуществления государственной информационной политики;
- выявлять угрозы информационному пространству и предотвращать, возникающие риски;

иметь навык:

- решения теоретических и практических задач в сфере государственной информационной политики;
- подготовки аналитических материалов;
- применения технологий подготовки и реализации государственной информационной политики.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина «Государственная информационная политика» относится к модулю «Дисциплины профилизации «Политический менеджмент»».

Учебная дисциплина «Государственная информационная политика» базируется на таких изученных ранее учебных дисциплинах, как «Политический менеджмент, маркетинг и реклама», «Теория политики», «Теория государственного управления», «Общественная политика», «Политическая коммуникация».

Форма получения высшего образования – дневная.

В соответствии с учебными планами университета на изучение учебной дисциплины отводится:

общее количество учебных часов – 108, аудиторных – 52 часа, из них лекции – 28 часов, семинарские занятия – 24 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

7 семестр – лекции – 28 часов, семинарские занятия – 24 часа.

Самостоятельная работа студента – 56 часов.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. Основы государственной информационной политики

Тема 1.1 Теоретические основы государственной информационной политики

Особенности современного информационного общества. Понятие «информационное общество». Признаки информационного общества. Объект и предмет информационной политики. Цели информационной политики. Понятие «государственная информационная политика». Направления осуществления государственной информационной политики. Функции государственной информационной политики. Векторы информационной политики государства.

Тема 1.2. Правовое регулирование государственной информационной политики

Правовое регулирование обмена информацией в Республике Беларусь. Правовые основы обеспечения информационной безопасности в Республике Беларусь. Правовое регулирование деятельности СМИ в Республике Беларусь. Зарубежный опыт правового регулирования государственной информационной политики.

Тема 1.3. Мировой опыт осуществления государственной информационной политики

Государственная информационная политика Республики Беларусь. Информационная политика Союзного государства Беларуси и России. Государственная информационная политика Российской Федерации. Информационная политика КНР.

Раздел 2. Инструменты и технологии осуществления государственной информационной политики

Тема 2.1. Технологии формирования и осуществления государственной информационной политики

Электронное правительство и электронная демократия. Автоматизация обработки информации в деятельности государственных органов. Блокчейн в государственном управлении. Технологии краудсорсинга в государственном управлении.

Тема 2.2. Работа информационных структур в государственных органах

Особенности осуществления коммуникации государственными органами. Роль пресс-служб и пресс-секретарей в осуществлении информационного взаимодействия государственных органов с другими акторами. PR-технологии в работе государственных органов.

Тема 2.3. Сетевые инструменты продвижения государственной информационной политики

Кампании по продвижению инициатив государственных органов. Информационное сопровождение политических кампаний государственных органов. Официальные сайты и порталы государственных органов. SMM в работе государственных органов.

Раздел 3. Направления осуществления государственной информационной политики

Тема 3.1. Стратегии осуществления государственной информационной политики

Стратегические направления реализации государственной информационной политики в Республике Беларусь. Стратегические направления государственной информационной политики в Российской Федерации. Особенности налаживания государственной информационной политики в Северной Америке. Построение информационного общества в ЕС.

Тема 3.2. Государственное регулирование средств массовой информации

СМИ как социально-политический институт. Законодательное регулирование СМИ. Полномочия государственных органов в сфере регулирования СМИ. Регулирование деятельности сетевых изданий и блогеров.

Тема 3.3. Особенности функционирования национальных медиасистем

Понятие и функции медиасистем. Факторы функционирования национальных медиасистем. Структура современной национальной медиасистемы. Модели СМИ.

Тема 3.4 Современные информационные угрозы и обеспечение информационной безопасности

Коммуникации в конфликтных ситуациях. Угрозы информационной безопасности. Информационный суверенитет государства в цифровую эпоху. Концепция национальной безопасности и борьба с угрозами в информационной сфере.

Тема 3.5 Недостоверная информация: сущность и способы борьбы

Понятие и сущность фейковой информации. Фейковые новости как политико-коммуникационная технология. Способы борьбы с фейковой информацией. Троллинг: сущность и способы противостояния.

Тема 3.6 Технологии формирования имиджа государственной власти

Специфика понятия «имидж» в отношении государственной власти. Имидж институтов государственной власти. Роль медиа стратегий и PR технологий в создании образа власти. Социальные сети, государственные онлайн каналы и управление цифровым следом. Роль публичных мероприятий в

создании позитивного имиджа власти.

Тема 3.7 Формирование внешнеполитического имиджа государства

Сущность внешнеполитического имиджа государства. Soft power как инструмент формирования внешнеполитического имиджа. Роль СМИ, новостных повесток и цифровой дипломатии в формировании и продвижении внешнеполитического имиджа государства. Формирование и продвижение «бренда страны» на международной арене.

Тема 3.8 Цифровое государство и цифровой суверенитет

Сущность понятий «цифровое государство» и «цифровой суверенитет». Государственные цифровые платформы. Цифровая социальная политика. Обеспечение цифрового суверенитета государства.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СОВРЕМЕННАЯ ПОЛИТЭКОНОМИЯ»

Дневная форма получения высшего образования

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы				
						лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	11	12
7 семестр										
Раздел 1. Основы государственной информационной политики										
Тема 1.1	Теоретические основы государственной информационной политики	2							[1, 3], [4, 5, 12, 13, 14]	Экспресс-опрос
Тема 1.2	Правовое регулирование государственной информационной политики	2							[1, 3], [4, 5, 12, 13, 14]	Экспресс-опрос
	Семинарское занятие. Правовое регулирование государственной информационной политики			2					[3], [12, 13, 15–20]	Экспресс-опрос, рефераты
Тема 1.3	Мировой опыт осуществления государственной информационной политики	2							[1, 3], [4, 5, 10–14]	Экспресс-опрос
	Семинарское занятие. Мировой опыт осуществления государственной информационной политики			2					[1, 3], [4, 5, 10–14]	Экспресс-опрос, тест, рефераты
Раздел 2. Инструменты и технологии осуществления государственной информационной политики										
Тема 2.1	Технологии формирования и осуществления государственной информационной политики	2							[1–3], [4, 5, 8–14]	Экспресс-опрос
	Семинарское занятие. Технологии формирования и осуществления государственной информационной политики			2					[1–3], [4, 5, 8–14]	Экспресс-опрос, рефераты
Тема 2.2	Работа информационных структур в государственных органах	2							[1–3], [4, 6, 10–14]	Экспресс-опрос
Тема 2.3	Сетевые инструменты продвижения государственной информационной политики	2							[1–3], [4, 6–14]	Экспресс-опрос
	Семинарское занятие. Сетевые инструменты продвижения государственной информационной политики			2					[1–3], [4, 6–14]	Экспресс-опрос, тест, рефераты

1	2	3	4	5	6	7	8	9	11	12
Раздел 3. Направления осуществления государственной информационной политики										
Тема 3.1	Стратегии осуществления государственной информационной политики	2							[1–3], [4, 10–14]	Экспресс-опрос
	Семинарское занятие. Стратегии осуществления государственной информационной политики			2					[1–3], [4, 10–14]	Экспресс-опрос, тест, рефераты
Тема 3.2	Государственное регулирование средств массовой информации	2							[3], [4, 10–14]	Экспресс-опрос
	Семинарское занятие. Государственное регулирование средств массовой информации			2					[3], [4, 10–14]	Экспресс-опрос, рефераты
Тема 3.3	Особенности функционирования национальных медиасистем	2							[3], [4, 7, 10, 14]	Экспресс-опрос
	Семинарское занятие. Особенности функционирования национальных медиасистем			2					[3], [4, 7, 10, 14]	Экспресс-опрос, рефераты
Тема 3.4	Современные информационные угрозы и обеспечение информационной безопасности	2							[1–3], [4, 14]	Экспресс-опрос
	Семинарское занятие. Современные информационные угрозы и обеспечение информационной безопасности			2					[1–3], [4, 14]	Экспресс-опрос, рефераты
Тема 3.5	Недостоверная информация: сущность и способы борьбы	2							[1–3], [4, 14]	Экспресс-опрос
	Семинарское занятие. Недостоверная информация: сущность и способы борьбы			2					[1–3], [4, 14]	Экспресс-опрос, рефераты
Тема 3.6	Технологии формирования имиджа государственной власти	2							[1, 3], [9–11, 13, 14]	Экспресс-опрос
	Семинарское занятие. Технологии формирования имиджа государственной власти			2					[1, 3], [9–11, 13, 14]	Экспресс-опрос, рефераты
Тема 3.7	Формирование внешнеполитического имиджа государства	2							[1, 3], [9–11, 13, 14]	Экспресс-опрос
	Семинарское занятие. Формирование внешнеполитического имиджа государства			2					[1, 3], [9–11, 13, 14]	Экспресс-опрос, тест, рефераты
Тема 3.8	Цифровое государство и цифровой суверенитет	2							[1, 3], [4, 11–13]	Экспресс-опрос
	Семинарское занятие. Цифровое государство и цифровой суверенитет			2					[1, 3], [4, 11–13]	Экспресс-опрос, рефераты
	Итого 7 семестр	28		24						Зачет
	Всего часов	28		24						

* мероприятия текущего контроля (в соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов)

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Малишевский, Н. Н. Политические технологии в системе управления социумом: учебно-методическое пособие / Н. Н. Малишевский. – Минск : Республиканский институт высшей школы, 2020. – 227 с.
2. Посталовский, А. В. Информационные вызовы и социально-политические конфликты современности : учебно-методическое пособие : [для студентов, магистрантов и аспирантов, обучающихся по специальности «Политология»] / А. В. Посталовский, О. А. Посталовская. – Минск : РИВШ, 2022. – 71 с.
3. Чуешов, В. И. Политические технологии в медиасфере: учебное пособие / В.И. Чуешов, И.И. Таркан. – Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь. – Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2024. – 192 с.

Дополнительная:

4. Информационная политика государства в эпоху медиапротивостояния. Глобальные вызовы и российские перспективы: Учеб. пособие / А. В. Федякин, И. В. Федякин, П. С. Селезнев [и др.] ; под общ. Ред. А. В. Федякина. – М. : Проспект, 2021. – 328 с.
5. Кашкин, В. Б. Введение в теорию коммуникации : учебное пособие по направлению подготовки 032700 – «Филология» / В. Б. Кашкин. – 8-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2022. – 223, [1] с.
6. Костиневич, К. И. Высшие органы государственной власти как субъекты политической коммуникации власти и общества в Республике Беларусь / К. И. Костиневич // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2021. – Вып. 14. – С. 645–654.
7. Костиневич, К. И. Политическая коммуникация власти и общества в Республике Беларусь в медиапространстве / К. И. Костиневич // Современная политология: взгляд молодежи : материалы научных мероприятий кафедры политологии БГЭУ (2023–2024 гг.) / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол. : О. Г. Казак, К. И. Костиневич. – Минск : БГЭУ, 2024. – С. 145–150.
8. Костиневич, К. И. Политическая коммуникация депутатов Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь VII созыва и граждан в социальных медиа в контексте особенностей развития белорусского информационного пространства / К. И. Костиневич // Науч. тр. Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск, 2025. – Вып. 18. – С. 641–648.
9. Котлер, Ф. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому : [технологии продвижения в интернете] / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван ; [пер. с англ. М. Хорошиловой]. – М. : Бомбора, 2022. – 219, [1] с.
10. Лекторова, Ю. Ю. Диалог власти и общества в условиях дигитализации политической коммуникации : учеб. пособие / Ю. Ю. Лекторова, А. Ю. Прудников. – Пермь : ПНИПУ, 2022. – 95 с.
11. Модели и практики управления политическим контентом в online-

пространстве современных государств в эпоху постправды : монография / Н. А. Рябченко [и др.]. – 2-е изд., стереотипное. – М. : Флинта, 2023. – 335, [1] с.

12. Перепелица, Е. В. Государство и общество: концептуальные основы сетевой коммуникации / Е. В. Перепелица. – Мн. : Право и экономика, 2021. – 303 с.

13. Рекомендации по организации работы местных исполнительных и распорядительных органов в социальных сетях и мессенджерах / Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь ; сост.: В. А. Степанов, О. В. Ефремов, А. П. Соловьянов, К. А. Платонов ; под ред. : И. И. Бузовского, М. А. Щёткиной. – Мн. : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2025. – 126 с.

14. Чумиков, А. Н. Государственный PR. Социально-политические коммуникации. Учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М. : Проспект, 2025. – 530 с.

Нормативные правовые акты:

15. Конституция Республики Беларусь : с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 нояб. 1996 г., 17 окт. 2004 г. и 27 фев. 2022 г. // *іlex* : информ. правовая система (дата обращения: 12.05.2026).

16. Концепция безопасности Союзного государства : Постановление Высшего Государственного Совета Союзного государства от 6 декабря 2024 г. № 14 // *іlex* : информ. правовая система (дата обращения: 12.05.2026).

17. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь : Решение Всебелорусского народ. собрания от 25 апр. 2024 г. № 5 // *іlex* : информ. правовая система (дата обращения: 12.05.2026).

18. Концепция информационной безопасности Республики Беларусь : Постановление Совета Безопасности Республики Беларусь от 18 марта 2019 г. № 1 // *іlex* : информ. правовая система (дата обращения: 12.05.2026).

19. Об информации, информатизации и защите информации : Закон Респ. Беларусь от 10 нояб. 2008 г. № 455-З : в ред. от 10 окт. 2022 г. // *іlex* : информ. правовая система (дата обращения: 12.05.2026).

20. О средствах массовой информации : Закон Респ. Беларусь от 17 июля 2008 г. № 427-З : в ред. от 16 марта 2026 г. // *іlex* : информ. правовая система (дата обращения: 12.05.2026).

Интернет-источники:

21. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь : [сайт]. – Мн., 2003–2026. – URL: <https://pravo.by> (дата обращения: 12.05.2026).

22. Президент Республики Беларусь. Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь : [сайт]. – Мн., 2026. – URL: <http://www.president.gov.by> (дата обращения: 12.05.2026).

23. Совет министров Республики Беларусь : [сайт]. – Мн., 2026. – URL: <http://www.government.by> (дата обращения: 12.05.2026).

Перечень вопросов для проведения зачета

1. Особенности современного информационного общества
2. Объект и предмет информационной политики
3. Понятие «государственная информационная политика»
4. Функции государственной информационной политики
5. Правовое регулирование обмена информацией в Республике Беларусь
6. Правовые основы обеспечения информационной безопасности в Республике Беларусь
7. Правовое регулирование деятельности СМИ в Республике Беларусь
8. Опыт правового регулирования государственной информационной политики в Российской Федерации
9. Опыт правового регулирования государственной информационной политики в КНР
10. Опыт правового регулирования государственной информационной политики в США
11. Опыт правового регулирования государственной информационной политики во Французской Республике
12. Государственная информационная политика Республики Беларусь
13. Информационная политика Союзного государства Беларуси и России
14. Государственная информационная политика Российской Федерации
15. Информационная политика КНР
16. Электронное правительство
17. Электронная демократия
18. Автоматизация обработки информации в деятельности государственных органов
19. Блокчейн в государственном управлении
20. Технологии краудсорсинга в государственном управлении
21. Особенности осуществления коммуникации государственными органами
22. Роль пресс-служб и пресс-секретарей в осуществлении информационного взаимодействия государственных органов с другими акторами
23. PR-технологии в работе государственных органов
24. Кампании по продвижению инициатив государственных органов
25. Информационное сопровождение политических кампаний государственных органов
26. Официальные сайты и порталы государственных органов
27. SMM в работе государственных органов
28. Стратегические направления реализации государственной информационной политики в Республике Беларусь
29. Стратегические направления государственной информационной политики в Российской Федерации
30. Особенности налаживания государственной информационной политики в Северной Америке
31. Построение информационного общества в ЕС

32. СМИ как социально-политический институт.
33. Законодательное регулирование СМИ
34. Полномочия государственных органов в сфере регулирования СМИ
35. Регулирование деятельности сетевых изданий и блогеров.
36. Понятие и функции медиасистем.
37. Факторы функционирования национальных медиасистем.
38. Структура современной национальной медиасистемы.
39. Модели СМИ
40. Коммуникации в конфликтных ситуациях
41. Угрозы информационной безопасности
42. Информационный суверенитет государства в цифровую эпоху
43. Концепция национальной безопасности и борьба с угрозами в информационной сфере
44. Понятие и сущность фейковой информации
45. Фейковые новости как политико-коммуникационная технология
46. Способы борьбы с фейковой информацией
47. Троллинг: сущность и способы противостояния
48. Специфика понятия «имидж» в отношении государственной власти
49. Имидж институтов государственной власти
50. Роль медиа стратегий и PR технологий в создании образа власти
51. Социальные сети в государственной информационной политике
52. Государственные онлайн каналы в информационной политике
53. Управление цифровым следом в информационной деятельности государственных органов
54. Роль публичных мероприятий в создании позитивного имиджа власти
55. Сущность внешнеполитического имиджа государства
56. Soft power как инструмент формирования внешнеполитического имиджа
57. Роль СМИ и новостных повесток в формировании и продвижении внешнеполитического имиджа государства
58. Роль цифровой дипломатии в формировании позитивного внешнеполитического имиджа государства
59. Формирование и продвижение «бренда страны» на международной арене
60. Сущность цифрового государства
61. Сущность цифрового суверенитета
62. Государственные цифровые платформы
63. Цифровая социальная политика
64. Обеспечение цифрового суверенитета государств

Перечень тем рефератов

1. Конституционные основы государственной информационной политики
2. Правовое регулирование свободы информации и государственной информационной политики
3. Правовое регулирование цифрового суверенитета
4. Правовое регулирование государственной политики в сфере персональных данных
5. Цифровые права человека
6. Осуществление государственной информационной политики в Скандинавских странах
7. Регулирования цифровых платформ и социальных сетей в разных государствах
8. Мировой опыт регулирования персональных данных и цифровой приватности
9. Страновые особенности регулирования цифровой цензуры
10. Опыт регулирования цифровых прав человека в разных государствах
11. Технологии анализа и мониторинга цифрового следа в государственной информационной политике
12. Big data в государственной информационной политике
13. Технологии цифровой пропаганды
14. Технологии цифрового участия
15. Технологии цифровой экономики
16. Стратегии продвижения государственной информационной повестки в цифровой среде
17. Цифровая журналистика и онлайн-медиа в государственной информационной политике
18. Цифровой маркетинг и цифровая реклама государства в социальных сетях
19. Интеграция традиционных и цифровых каналов коммуникации в государственной информационной политике
20. Особенности ведения официальных аккаунтов госорганов в социальных сетях: контент-стратегия и взаимодействие с аудиторией
21. Алгоритмы социальных сетей и их влияние на распространение государственной информации
22. Стратегия взаимодействия государства с социальными сетями: цели, методы, результаты
23. Роль государственных информационных агентств в продвижении официальной повестки
24. Стратегии контент-продвижения государственной информации: форматы, каналы, аудитория
25. Стратегии коммуникации государства с различными социальными группами: молодёжь, пенсионеры, бизнес-сообщество
26. Стратегии вовлечения граждан в обсуждение государственных

инициатив через информационные каналы

27. Антимонопольное регулирование СМИ: защита конкуренции на информационном рынке

28. Запрет пропаганды и экстремизма в СМИ: нормы закона и их применение

29. Защита персональных данных и права на частную жизнь в контексте работы СМИ

30. Ответственность СМИ за распространение недостоверной информации: правовые механизмы

31. Цифровая трансформация СМИ и вызовы для государственного регулирования

32. Типология национальных медиасистем: критерии и характеристики

33. Особенности медиасистем стран Ближнего Востока: влияние религии и политики

34. Развитие медиасистем в странах Латинской Америки: вызовы и перспективы

35. Финансирование национальных медиа: государственные субсидии, реклама, краудфандинг

36. Роль общественного вещания в национальных медиасистемах: международный опыт

37. Медиапотребление в разных странах: национальные особенности и тренды

38. Влияние культурных традиций на содержание и форматы национальных СМИ

39. Понятие и эволюция информационной безопасности: от традиционных к цифровым вызовам

40. Классификация современных информационных угроз: виды, источники, механизмы воздействия

41. Социальная инженерия и фишинг: методы обмана пользователей и способы защиты

42. Манипуляции общественным сознанием в цифровой среде: технологии и защита

43. Безопасное поведение пользователей в сети: правила цифровой гигиены

44. Криптография и шифрование данных: современные алгоритмы и их применение

45. Механизмы распространения недостоверной информации в современном медиапространстве

46. Психологические факторы восприятия и распространения недостоверной информации

47. Социально-политические и экономические причины появления и тиражирования недостоверной информации

48. Фейковые новости в традиционных СМИ: случаи, последствия, уроки

49. Распространение недостоверной информации в социальных сетях: алгоритмы и механизмы вирусного распространения

50. Роль мессенджеров и закрытых чатов в распространении недостоверной информации
51. Недостоверная информация в виде мемов, видео и аудиоконтента: особенности воздействия
52. Роль общественного мнения в формировании имиджа государственных институтов
53. Психологические механизмы восприятия власти
54. Эволюция технологий формирования имиджа власти
55. Социальные сети в имиджевой политике государства: стратегии ведения аккаунтов и взаимодействия с аудиторией
56. Визуальные коммуникации власти: символика, дизайн, инфографика и их влияние на восприятие
57. Искусственный интеллект и автоматизация в коммуникациях госорганов: чат-боты, виртуальные помощники
58. Формирование имиджа государства через культурные и спортивные проекты
59. Стратегии формирования имиджа власти среди молодёжи: каналы, форматы, месседжи
60. Роль стереотипов и национальных образов в восприятии страны на международной арене
61. Внешнеполитический имидж и национальная идентичность: взаимосвязь и взаимовлияние
62. Социальные сети и новые медиа в продвижении внешнеполитического имиджа: стратегии и кейсы
63. Культурная дипломатия и её вклад в формирование позитивного образа страны за рубежом
64. Международные организации и форумы как площадки для укрепления имиджа государства
65. Экономический имидж государства и его влияние на внешнеполитический образ
66. Модели цифрового государства в мировой практике
67. Цифровые идентификаторы и электронные подписи: технологии и правовое регулирование
68. Проблема цифрового неравенства
69. Цифровые навыки населения и их роль в развитии цифрового государства

Образцы тестовых заданий

Тема 1.3. Мировой опыт осуществления государственной информационной политики

1. Какой нормативный правовой акт определяет субъектов, которые осуществляют регулирование и управление в области информации, информатизации и защиты информации в Республике Беларусь?

- а) Конституция Республики Беларусь;
- б) Гражданский кодекс Республики Беларусь;
- в) Закон «О средствах массовой информации»;
- г) Закон «Об информации, информатизации и защите информации»;
- д) Концепция информационной безопасности Республики Беларусь.

2. Какой государственный орган определяет единую государственную политику в области информации, информатизации и защиты информации в Республике Беларусь?

- а) Президент Республики Беларусь;
- б) Совет Министров Республики Беларусь;
- в) Палата представителей Национального собрания Республики Беларусь;
- г) Министерство связи и информатизации Республики Беларусь;
- д) Министерство информации Республики Беларусь.

3. Какой государственный орган реализует единую государственную политику в области информатизации в Республике Беларусь?

- а) Президент Республики Беларусь;
- б) Совет Министров Республики Беларусь;
- в) Палата представителей Национального собрания Республики Беларусь;
- г) Министерство связи и информатизации Республики Беларусь;
- д) Министерство информации Республики Беларусь.

4. Какой нормативный правовой акт определяет основы для формирования согласованной государственной политики и развития общественных отношений в области обеспечения информационной безопасности в рамках Союзного государства Беларуси и России?

- а) Конституции Республики Беларусь и Российской Федерации;
- б) Концепции национальной безопасности Республики Беларусь и Российской Федерации;
- в) Концепция информационной безопасности Союзного государства;
- г) Договор о создании Союзного государства;
- д) таковой документ не создан.

5. Какой приоритет присущ государственной информационной политике Российской Федерации?

- а) осуществление евразийской интеграции;

- б) развитие федерализма;
- в) создание единой информационной системы;
- г) создание положительного имиджа государства за рубежом;
- д) обеспечение национального суверенитета и национальной безопасности в информационной сфере.

6. В какой году в КНР была принята «Национальная стратегия информатизации и развития»?

- а) 1990;
- б) 2000;
- в) 2010;
- г) 2016;
- д) 2021.

7. В каком году была принята Концепция информационной безопасности Союзного государства?

- а) 2000;
- б) 2003
- в) 2006;
- г) 2016;
- д) 2023.

8. Какие СМИ не войдут в медиакомпанию Союзного государства?

- а) газета «Союзное Вече»;
- б) газета «Союз. Беларусь – Россия»;
- в) журнал «Союзное государство»;
- г) телерадиовещательная организация Союзного государства («Белрос»);
- д) сетевое издание «Союзное государство».

9. Какое из перечисленных положений отражает цель КНР на 2025 г. в рамках «Национальной стратегии информатизации и развития»?

- а) должна быть построена международная сеть мобильной связи, которая будет обеспечиваться передовыми технологиями и программным обеспечением;
- б) КНР должна стать «сильным сетевым государством»;
- в) КНР должна построить суверенное информационное пространство;
- г) КНР должна увеличить производство микроэлектроники на 24 %;
- д) должны быть реализованы задачи, поставленные в рамках Пятилетнего плана экономического и социального развития КНР.

10. Какую долгосрочную цель ставит перед собой КНР в сфере информатизации к середине XXI века?

- а) должна быть построена международная сеть мобильной связи, которая будет обеспечиваться передовыми технологиями и программным обеспечением;
- б) КНР должна стать «сильным сетевым государством»;
- в) КНР должна построить суверенное информационное пространство;

- г) КНР должна увеличить производство микроэлектроники на 24 %;
- д) должны быть реализованы задачи, поставленные в рамках Пятилетнего плана экономического и социального развития КНР.

Тема 2.3. Инструменты продвижения государственной информационной политики

1. Что, согласно модели Новака–Варнедира, является отправным моментом в разработке плана всей коммуникационной кампании?
 - а) имеющиеся ресурсы;
 - б) план;
 - в) мотивация участников;
 - г) ожидаемый результат;
 - д) всё вышеперечисленное.
2. Как называется аудитория, изменение мнения или поведения которой рассматривается как одна из первоочередных задач планируемой коммуникационной кампании?
 - а) класс;
 - б) объект коммуникации;
 - в) субъект коммуникации;
 - г) целевая группа;
 - д) субаудитория.
3. Выберите три фактора, которые влияют на коррекцию плана проведения кампании?
 - а) конкурирующая коммуникация;
 - б) имеющиеся ресурсы;
 - в) предметная область;
 - г) целевые группы;
 - д) промежуточные результаты.
4. Какой из представленных этапов, не включает в себя формула RACE для информационного сопровождения?
 - а) исследование;
 - б) действие;
 - в) коммуникация;
 - г) оценка;
 - д) планирование.
5. Какое понятие определяется как презентация или короткий рассказ о проекте или ином информационном поводе, в роли которых могут выступать идея, продукт, стартап, интеллектуальная разработка, научное открытие и др.?
 - а) пресс-релиз;
 - б) питч;

- в) бэкграундер;
- г) обращение;
- д) меморандум.

6. Какое понятие определяется как краткий документ, призванный объявить или объяснить позицию организации и (или) ее руководителя по какому-либо вопросу, либо содержащий призыв к определенным действиям?

- а) пресс-релиз;
- б) питч;
- в) бэкграундер;
- г) обращение;
- д) меморандум.

7. Какое понятие определяется как информация базового характера, не являющаяся новостью или сенсацией: о функциях государственной организации, ее истории; описание реализуемых проектов, статистические данные?

- а) пресс-релиз;
- б) питч;
- в) бэкграундер;
- г) обращение;
- д) меморандум.

8. Какая из представленных функций официальных сайтов способствует осуществлению функций, возложенных на государственный орган, и является одним из средств решения практических задач?

- а) представительская;
- б) практическая;
- в) стимулирующая;
- г) коммуникационная;
- д) информационная.

9. Какая фаза присоединения государственной власти к социальным сетям характеризуется тем, что социальные сети используются как дополнительные каналы доведения официальной информации для обеспечения максимально широкого охвата аудитории, коммуникация носит однонаправленный характер?

- а) распространение информации;
- б) взаимодействие;
- в) вовлечение;
- г) транзакция;
- д) дискommunikация.

10. Какая фаза присоединения государственной власти к социальным сетям характеризуется тем, что органы власти совместно с гражданами создают планы, политики или контент?

- а) распространение информации;

- б) взаимодействие;
- в) вовлечение;
- г) транзакция;
- д) дискommуникация.

Тема 3.7 Формирование внешнеполитического имиджа государства

1. В каком из подходов имидж государства рассматривается как устойчивый и диверсифицированный географический образ, основной чертой или особенностью которого является стремление к усложнению структуры и усилению степеней взаимосвязанности его основных элементов?

- а) социологическом;
- б) геополитическом;
- в) брендинговом;
- г) имиджевом;
- д) цивилизационно-культурном.

2. В каком из подходов имидж государства рассматривается через модель культурного, исторического, экономического комплексов ассоциаций?

- а) социологическом;
- б) геополитическом;
- в) брендинговом;
- г) имиджевом;
- д) цивилизационно-культурном.

3. В каком из подходов имидж государства делится на внутренний имидж, который формируется под воздействием совокупности таких факторов, как имидж власти, имидж информационной политики, имидж экономики и внешний, который формируется через географический образ?

- а) социологическом;
- б) геополитическом;
- в) брендинговом;
- г) имиджевом;
- д) цивилизационно-культурном.

4. Какой ученый является автором концепции Soft power?

- а) Зб. Бжезинский;
- б) С. Хантингтон;
- в) С. Анхольт;
- г) Дж. Най;
- д) Дж. Лапаломбара.

5. Выберите, что не относится к каналам реализации политики Soft power?

- а) публичная дипломатия;
- б) внешняя культурная политика;
- в) культурная дипломатия;

- г) силовое принуждение;
- д) информационная политика.

6. Какой из представленных факторов не относится к основным, оказывающим влияние на восприятие информации в рамках формирования международного имиджа государства через СМИ?

- а) культурные предубеждения;
- б) политическая обстановка;
- в) экологическая обстановка;
- г) исторический контекст;
- д) интересы медиа.

7. Как называется технологический тренд, превращающий различные аспекты жизни и деятельности в цифровые данные для их последующего анализа и извлечения ценности?

- а) цифровизация;
- б) монетизация;
- в) датафикация;
- г) медиалегитимация;
- д) сетевизация.

8. Что из перечисленного не относится к новым кластерам цифровых международных отношений?

- а) цифровая дипломатия;
- б) кибердипломатия;
- в) традиционные дипломатические протоколы;
- г) глобальное управление интернетом;
- д) цифровые избирательные технологии.

9. Кто является основоположником концепции странового бренда?

- а) Зб. Бжезинский;
- б) С. Хантингтон;
- в) С. Анхольт;
- г) Дж. Най;
- д) Дж. Лапаломбара.

10. Какое понятие отражает то, что имидж стран строится на основании конкретных характеристик, а для успешной брендинговой стратегии государства требуется синтез бренд-менеджмента с публичной дипломатией, сопровождаемой активным развитием торговли, инвестиций, туризма и экспорта?

- а) внешнеполитический имидж;
- б) конкурентная идентичность;
- в) Soft power;
- г) датафикация;
- д) медиалегитимация.

Организация самостоятельной работы студентов

Для получения компетенций по учебной дисциплине «Государственная информационная политика» важным этапом является самостоятельная работа студентов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования отводится 56 часов.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по учебной дисциплине в целом и ее разделам, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение лекционного материала за счет специальной литературы;
- подготовка к практическим занятиям с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы и т.д.);
- проработка тем (вопросов), вынесенных на самостоятельное изучение;
- выполнение индивидуальных заданий (задач);
- подготовка сообщений, тематических докладов, рефератов, презентаций по заданным темам;
- составление тематической подборки литературных источников, интернет-ресурсов;
- подготовка к экзамену.

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущей и промежуточной аттестаций.

Мероприятия *текущей аттестации* проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

- тест;
- экспресс-опрос;
- реферат.

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится три раза в семестр.

Результат текущей аттестации за семестр, полученные в ходе проведения мероприятий текущей аттестации, оцениваются отметкой в баллах по десятибалльной шкале и отражаются в ведомости текущей аттестации по учебной дисциплине.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Психология управления	Экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности	Замечаний и предложений нет декан СЭФ А.О. Бувз	Учебную программу по учебной дисциплине «Государственная информационная политика» рекомендовать к утверждению (протокол № 9 от 17.04.2026)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
«ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА»
(Регистрационный № _____ от _____)
на ____/____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры политологии
(протокол № ____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой
политологии
кандидат исторических наук, доцент _____ О.Г. Казак

УТВЕРЖДАЮ
Декан социально-экономического
факультета, _____ А.О. Буева
кандидат политических наук