

Федеральное агентство по образованию
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Филологический факультет

Магницкий Ю.Г.

Методы социального прогнозирования в СМИ

Учебно-методическое пособие

Благовещенск

2005

ББК _____

М _____

Печатается по решению редакционно-издательского совета филологического факультета
Амурского государственного университета

Магницкий Ю.Г., кандидат философских наук, доцент.

Методы социального прогнозирования в СМИ. Учебно-методическое пособие для студентов специальности «Журналистика». Благовещенск, 2005.

Пособие подготовлено на основании государственного

образовательного стандарта высшего профессионального образования.

Содержит тематические, лекционные / семинарные разработки; вопросы для самоконтроля; темы дискуссий, деловых игр, выступлений, список основной и дополнительной литературы; ключевые понятия, категории, дефиниции; вопросы к экзамену / зачету; темы дипломных проектов, курсовых работ.

Рецензент: Г.В. Никитин, зав. кафедрой философии, социологии и политологии БГПУ, канд. филос. наук, доцент.

© Амурский Государственный Университет, 2005

ВВЕДЕНИЕ

Современные аспекты и факторы социума, мировая и реформированная российская экономика, базирующаяся на передовых достижениях современного этапа научно-технического и технологического процесса, развиваются в начале XXI столетия масштабными объемами и быстрыми темпами. Именно важность и необходимость полновеснее и адекватнее включиться в мировой социально-экономический и социально-политический процесс привели Россию после распада СССР к качественно-кардинальным реформам, включившим в себя весь основной спектр реалий и перспектив окружающей общецивилизационной действительности. Переход страны на рыночно-демократические / «либеральные» принципы ведения хозяйствования, осуществления социальной и духовной жизни обнаружил целый ряд кризисных явлений и недостатков в доминантных сферах реальной отечественной практики, крайне негативно отразившихся на сохранении и росте благополучия большинства российского населения. В этом смысле стала ощущаться и до сих пор ощущается, в т.ч. в отечественных условиях информационного производства, нехватка молодых квалифицированных журналистов, профи по коммуникациям, обществоведов, экономистов, управленцев и т.д., способных правильно оценивать, верно предвидеть и эффективно реализовывать на практике систему государственных мер в области научного менеджмента по развитию информационно-коммуникационной, экономической, политической, социальной, культурно-образовательной и других важнейших сфер жизнедеятельности всего российского общества, а также отдельных организаций и предприятий. Кроме того, следует учитывать, что становление в России рыночных, демократических отношений активно сопровождается формированием принципиально новой личности, нового хозяйственного механизма, в ходе которого важная роль отводится как социальному прогнозированию, социальному проектированию, так и социальному

планированию, реализации социальных технологий. Отсюда дисциплина «Методы социального прогнозирования в СМИ» - предельно актуальна и обладает общественно выпуклым проблемным характером.

В настоящее время в России идет процесс становления обновленной и совершенствуемой методологии, методики, техники и организации социального прогнозирования, проектирования, планирования, что – соответственно – порождает и новые подходы к содержанию данного учебного курса и особенностям приемов его преподавания. Однако, имеющийся накопленный и апробированный арсенал знаний и умений в указанной сфере научной и практической деятельности, зарубежный и отечественный опыт государственного регулирования рыночными социальными отношениями и социальной экономикой позволяют представить данное учебно-методическое пособие в качестве логически связанной совокупности теоретико-эмпирических материалов, позволяющих университетским студентам-журналистам успешно овладевать багажом необходимых навыков работы в данной области.

Таким образом, социальное прогнозирование и его методы, реализуемые в СМИ, являются важнейшими аспектами познания социально-экономической, политической, духовной действительности и эффективного управления ею. Настоящее пособие, построенное с учетом научно-практического мирового и российского опыта социального прогнозирования в СМИ в условиях рыночно-реформенных отношений, призвано объединить теоретические, методические и организационные вопросы развития страны, ее регионов, отдельных сфер ее экономики и социального бытия, а также отдельно взятых структур редакций, фирм, объединений, движений и т.д. в систему единого учебно-методического цикла. Помимо этого, данное пособие имеет целью дать студентам журналистской специализации полное представление не только о непосредственно социально-прогнозной, социально-проектной области профессиональной деятельности будущего специалиста-журналиста, имиджмейкера, социолога экономиста, менеджера, маркетолога, политолога и т.д., но также и об особенностях конкретно-исследовательского

социологического и социально-психологического обеспечения такого рода работы.

В основу настоящего учебно-методического пособия положены разработки курса социального прогнозирования и проектирования, имеющиеся в кн: 1) Сидоров В.А. Прогноз в журналистике. Уч. пособие – СПб., 2001; 2) Знаменский В.В. Прогнозирование и планирование в условиях рынка.- М.,2000; 3) Тощенко Ж.Т. Социология. - М.,1999. с.402-467.

Стандарт дисциплины «Методы социального прогнозирования в СМИ»

Социальное прогнозирование как метод научного познания в работе масс-медиа; объект и предмет социального прогнозирования, его виды; технологические этапы и методы социального прогнозирования; технология моделирования, модели социального прогнозирования; сущность социального проектирования; структура социально-проектной деятельности; обоснование и апробация социальных проектов; нормативная база; информационное и ресурсное обеспечение социального проектирования; технология социального проектирования; стадии, методы и инструментарий социального проектирования; разработка социальных планов и программ в СМИ.

Прогностика как метод научного познания действительности журналистом. Футурология и Римский клуб в истории прогностики. Журналистика в вероятностном мире. Социальные нововведения и их журналистский анализ. Алгоритм журналистской аналитики. Прогноз, социальный контроль, методы прогнозирования в журналистике. Социальное прогнозирование в журналистике рыночной России начала XXI в. и аудитория современных СМИ.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ЛЕКЦИЙ И СЕМИНАРОВ

№ п/п	Лекции	Часы ак.	№ п/п	Семинары	Часы ак.
1.	«Методы социального прогнозирования в СМИ» как учебная и научная дисциплина	2	1	История становления и перспективы развития научных представлений о социальном будущем.	4
2.	Социальное предвидение как форма футурологии: сущность, особенности, историческое значение	2			
3.	Национальные социально-экономические основы и отношения в России: как объект управления информационной политикой организаций	2	2	Методика, техника организации и проведения прогностических исследований социальных процессов и явлений в практике современной журналистики.	4
4.	Актуальная общественная проблематика: становление, содержательные особенности и направления современного социального прогнозирования в отечественных и зарубежных СМИ	2			
5.	Теоретические основы социального прогнозирования, проектирования, планирования в работе масс-медиа: сравнительный анализ.	2	3	Соотношение методов социального прогнозирования, проектирования, планирования: параметры и особенности применения в прессе на этапе	4

6.	Общественно-экономическая стратегия в условиях переходной социально-экономической модели России: аспект прогнозирования и проектирования в масс-медиа.	2		становления рыночно-демократической России.	
7.	Общегосударственная информационно-исследовательская прогнозно-проектная деятельность: по изучению социальной сферы экономики России на рубеже 20-го – 21-го веков.	2	4	Социальные технологии, программирование и планирование в сфере современной общегосударственной массово-информационной политики: аспект социально-экономического развития России на начало XXI века.	4
8.	Федеральные целевые программы как форма государственного планирования в зеркале прессы.	2			
9.	Региональное научное социальное предвидение и актуальные аспекты социального и государственного управления: в СМИ современной РФ.	2		Характерные черты и проблемы осуществления социально-экономического прогнозирования и проектирования: в информационных программах субъектов Российской Федерации.	4
10.	Методическая база социально-регионального прогнозирования и проектирования: в деятельности современных российских масс-медиа.	2	5		

11.	Социальное прогнозирование и проектирование на предприятиях / в фирмах и их информационно-коммуникационное обеспечение.	4	6	Повышение эффективности работы социальной организации: в аспекте PR-реализации через прессу научного социального предвидения.	8
12.	Бизнес-планирование, социальное проектирование: информационно-коммуникативная деятельность на современном российском предприятии / в фирме.	4			
13.	Социально-прогностическое исследование: многомерный анализ и интерпретация социологической информации.	4	7	Использование результатов социально-прогностического исследования в менеджменте СМИ.	8
14.	Особенности, цели, задачи научного прогнозирования социальных процессов в сфере масс-медиа: аспект применения результатов социологического исследования.	4			
1-14	Итого: лекций	36 час.	1-7	Итого: лабораторных занятий//семинаров	36 час.

Лекции / семинары: 1-14 / 1-7: Всего ак. часов (по курсу): 72

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Лекция 1. «Методы социального прогнозирования в СМИ» как учебная и научная дисциплина (2 часа)

Место данной дисциплины в: -а) системе наук; -б) системе учебных процессов; -в) системе современной журналистики. Социальное прогнозирование / социальное проектирование как журналистское исследование перспектив развития социальных процессов и явлений. Дисциплинарные аспекты, факторы и особенности: их сущность и применение в целях повышения научной обоснованности и эффективности социального предвидения в формах: -а) социального целеполагания; -б) социального проектирования; -в) социального планирования; -г) социального программирования.

Место и значение основных уровней функций данной дисциплины в структуре деятельности современной прессы, социального управления, стратегического и инновационного менеджмента. Управление социальными процессами как важный вид управления. Социальное управление, социальный контроль, социальное регулирование, государственное регулирование, манипулирование массовым сознанием: сравнительный анализ сущностного содержания, характерных черт и значения в русле либерально-рыночного реформирования. Взаимосвязь, взаимообусловленность социального управления и социального прогнозирования, проектирования.

Основные методологические параметры и принципы: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования. Прогноз и социальный прогноз, проект и социальный проект. Типологизация: -а) социальных прогнозов / социальных проектов; -б) видов социального прогнозирования / социального проектирования в средствах массовой информации (СМИ).

Лекция 2. Социальное предвидение как форма футурологии: сущность, особенности, историческое значение (2 часа).

Предвидение как одна из важнейших и древнейших форм опережающего отражения действительности. Развитие представлений о будущем в мировой общественной мысли и история становления футурологии как «науки о предстоящем». Особенности функционирования и развития человеческой психики и мышления: аспект истории социального предвидения и футурологии в их содержательном и функциональном соотношении. Связь формирования представлений о будущем с эволюцией первобытной мифологии. Религиозно-философское мышление древних людей и его влияние на развитие утопизма в идеалистической философии. Роль утопических концепций в предыстории и истории научного предвидения. Эволюция утопизма, этапы его развития. Зарождение и оформление представлений о законах и закономерностях исторического процесса. Социальные утопии, концепции и теории о будущем в XIX-XX в.в: краткая характеристика в аспекте сравнительного подхода к социальному предвидению как форме футурологии.

Сущность: -а) социального предвидения; -б) футурологии. Журналистские требования к процессу социального предвидения и его основные методы в работе СМИ. Социальное предвидение и футурологические откровения Римского Клуба. Роль и мера интуиции в социальном предвидении / футурологии.

Семинар 1. История становления и перспективы развития представлений о социальном будущем (4 часа)

Тематическая программа занятий:

1. Управление и важнейшие формы его реализации в современном обществе, деятельности современных масс-медиа.

2. Возникновение и развитие идей, теорий и концепций о «социальном предстоящем» в древнем мире, средние века и в новое время.

3. Наука о будущем, социальное прогнозирование и проектирование в XIX-XX веках.

4. Сущность, методы социального предвидения и основные требования к процессу его реализации.

5. Социальное прогнозирование, проектирование, планирование в сферах социального и государственного управления, журналистики на рубеже XX-XXI столетий.

6. Рациональное знание и интуиция в социальном предвидении.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое социальный миф?

2. Какие представления о будущем характерны для: -а) древнего мира; -б) средних веков; -в) нового времени; -г) новейшего времени; -д) начала XXI в/в т.ч. по прогнозу?

3. Что означает: -а) управление; -б) социальное управление; -в) государственное управление; -г) менеджмент; -д) стратегический менеджмент; -е) инновационный менеджмент; -ж) СМИ как социальный институт.

4. Как вы понимаете сущностное содержание: -а) футурологии; -б) предвосхищения будущего; -в) предвидения и социального предвидения; -г) прогноза и социального прогноза; -д) проекта и социального проекта; -е) плана и социального плана; -ж) планирования и социального планирования; -з) проектирования и социального проектирования; -и) прогнозирования и социального прогнозирования?

5. В чем заключаются результаты сравнительного анализа футурологии, социального предвидения и социального прогнозирования?

6. Что вы знаете о Римском Клубе и его исследованиях?

7. Каковы перспективы использования научного социального предвидения в важнейших аспектах работы электронных и печатных СМИ, социального и государственного управления в России XXI века?

Темы дискуссий, деловых игр, выступлений (для самостоятельной работы студентов):

1. Важнейшие процессы в современной российской журналистике: аспект социального предвидения.

2. Основные исторические этапы и перспективные рубежи мировой и отечественной социально-прогностической мысли в сфере управления деятельностью современной прессы.

3. Футурология и социальное предвосхищение: аспект масс-медиа.

Семинар 2. Методика, техника организации и проведения прогностических исследований социальных процессов и явлений в практике современной журналистики (4 часа)

1. Особенности осуществления, изучения и отражения в прессе либерально-демократических, рыночных реформ в современной России.

2. Сущность концепции технологического прогнозирования в современных СМИ: аспект общецивилизационной глобализации и информатизации.

3. Предпрогнозная ориентация и полное прогнозное исследование: медиа-аспект реформирования России в конце XX – начале XXI в.в.

4. Построение исходной прогностической модели и модели прогнозного фона: медиа-аспект реформирования России в конце XX – начале XXI в.в.

5. Поисковый прогноз: медиа-аспект полноправного присоединения России к развитой части современной цивилизации.

6. Нормативный прогноз: медиа-аспект полноправного присоединения России к развитой части современной цивилизации.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое государственное регулирование рыночной экономики?
2. Каковы основные проблемы формирования системы государственного регулирования экономическими, социальными, политическими реформами в России на рубеже XX-XXI в.в., в т.ч. через использование прессы?
3. Что означают: -а) «вертикальные» социально-экономические отношения; -б) «горизонтальные» социально-экономические отношения?
4. Каковы временные диапазоны медиа-прогнозирования: -а) краткосрочного; -б) среднесрочного; -в) долгосрочного?
5. В чем заключаются цели и принципы: -а) деления национальной экономики России на экономические районы; -б) деления экономики России на отрасли в рыночных условиях; -в) деления прессы на центральную и региональную?
6. Что вы понимаете под: -а) сущностью социального прогнозирования в СМИ; -б) методами социального прогнозирования в СМИ; -в) эффективностью социального прогнозирования в СМИ?
7. Каковы приоритетные направления научно-исследовательской деятельности в аспекте осуществления социального прогнозирования в условиях современной России?
8. Что такое: -а) предпрогнозная ориентация; -б) элементы структуры полного прогнозного исследования; -в) построение исходной прогностической модели; -г) модель прогнозного фона; -д) поисковый прогноз; -е) нормативный прогноз; -ж) верификация результатов социального-прогностического исследования с помощью масс-медиа?

Темы дискуссий, деловых игр, выступлений (для самостоятельной работы студентов):

1. Полное прогнозное исследование в местных СМИ перспектив и возможностей развития малого и среднего предпринимательства в Дальневосточном регионе РФ.

2. Место и роль социального прогнозирования – как самостоятельного этапа социального управления в постиндустриальном / информационном обществе.

Лекция 3. Национальные социально-экономические основы и отношения в России: как объект управления информационной политикой организаций (2 часа)

Проблемы формирования системы государственного регулирования экономики в России: -а) роль государственного регулирования и СМИ в рыночной экономике; -б) «вертикальные» социально-экономические отношения и функции федерального (центрального) уровня власти по их регулированию; -в) «горизонтальные» социально-экономические отношения, роль рынка в их формировании и региональных органов власти, прессы в регулировании экономикой; -г) структура общегосударственного социального планирования; -д) единая комплексная система кратко-, средне- и долгосрочного социального медиа-прогнозирования, программирования и проектирования.

Цели и принципы подразделения национальной экономики России на экономические районы. Предпрогнозный и предплановый анализ условий и результатов хозяйственной, социальной, политической деятельности в экономическом районе. Анализ социально-экономического потенциала региона. Полное прогнозное медиа-исследование экономической социальной, политической, духовной проблемы: сущность, этапы, основные параметры и характеристики. Цели и принципы деления экономики и информационной деятельности на отрасли в рыночных условиях: аспект социального прогнозирования и проектирования.

Лекция 4. Актуальная общественная проблематика: становление, содержательные особенности и направления современного социального прогнозирования в современных и зарубежных СМИ (2 часа)

Зарождение связи представлений о будущем с концепцией НТР и новейшими теориями развития общества. Разработка новой исследовательской технологии прогнозирования (50-е - начало 60-х г.г.); «бум прогнозов» (середина 60-х г.г.); развитие футурологических концепций 60-х – 80-х г.г.; теоретические концепции индустриализма, постиндустриализма, информационного общества (работы У.Ростоу, Дж.Гелбрейта, Р.Арона, А.Турена, Д.Белла, Г.Кана, О.Тоффлера, Дж.Нейсмита и др.); эволюция Римского Клуба; проблематика «альтернативной цивилизации»; причины и последствия кризиса футурологии.

Социальное прогнозирование и футурология. Социальное предвидение и социальное прогнозирование как самостоятельный этап социального управления. Сущность и эффективность социального прогнозирования в СМИ.

Приоритетные направления исследовательской деятельности современного социального прогнозирования: -а) глобальные проблемы современности; -б) сфера организации и стимулирования труда; -в) сфера семьи и быта; -г) сфера культуры; -д) сфера образования и науки; -е) сфера экономики (менеджмент, маркетинг и др.); -ж) сфера политики и т.д; -з) сфера массовых коммуникаций, рекламы, PR, СМИ.

Лекция 5. Теоретические основы социального прогнозирования, проектирования, планирования в работе масс-медиа: сравнительный анализ (2 часа)

Социальное прогнозирование и прогностика. Методы и методология социального прогнозирования в СМИ. Основные проблемы прогностики. Этапы социального медиа-прогнозирования.

Закономерности развития социально-экономических систем: -а) мировой организационный процесс и его формы в социально-экономической сфере; -б) процесс роста в области социально-экономических отношений и его объективные причины. Циклические колебания и «длинные волны» в экономике. Основы бизнес-циклов в деятельности отдельных компаний и фирм. Объекты и внешняя среда объектов социального прогнозирования: понятия, виды, особенности, параметры, формы учета при осуществлении социального и экономического прогнозирования. Специальные нововведения и их журналистский анализ.

Методологические основы социального медиа-проектирования и планирования в работе СМИ. Необходимость и предмет социального проектирования и планирования объектов и субъектов социальной и хозяйственной жизни современной России (на базе системного подхода и на различных уровнях организации общества). Сущность: -а) социального проектирования; -б) социального планирования. Методология общегосударственного, территориально-регионального, конкретно-организационного, социального и экономического медиа-проектирования и планирования.

Лекция 6. Общественно-экономическая стратегия в условиях переходной социально-экономической модели России: аспект социального прогнозирования и проектирования в СМИ (2 часа)

Понятия: -а) социально-экономическая стратегия; -б) социально-экономическая тактика. Социально-экономическая стратегия России в аспектах: -а) социально-экономическая, политическая, масс-медийная // информационно-коммуникационная ситуация в РФ в начале XXI в., -б) Россия

в условиях глобализации мирового сообщества; -в) особенности стратегического менеджмента; -г) характерные черты инновационного менеджмента; -д) методика конкретно-прогностических и конкретно-проектных исследований в современной прессе. Двудесятилетняя направленность концепции российских реформ: -а) развитие и укрепление общефедеративных начал в регулировании экономических, социальных, информационных процессов (при недопущении унитарных тенденций); -б) создание условий для максимальной самостоятельности, самофинансирования и самоуправления регионов-субъектов РФ (исключая сепаратизм), значение и стратегические последствия закрепления за федеральным центром важнейших функций власти. Предпосылки социально-экономического и финансового роста России. Социально-экономическая, политическая, информационная стратегия в связи с научно-техническим и технологическим развитием российского государства. Коммуникативно-инвестиционная политика и проблемы вхождения России в мировой рынок, в глобальную социально-политическую и информационную систему современного человечества.

Семинар 3. Соотношение методов социального прогнозирования, проектирования, планирования: параметры и особенности применения в прессе на этапе становления рыночно-демократической России (4 часа)

Тематическая программа занятия:

1. Социально-экономические, политические, информационные условия и предпосылки формирования рыночной экономики в России.

2. Методы, виды и действенность социального медиа-прогнозирования в РФ начала 21-го столетия: -а) особенности исторического этапа; -б) классификация методов и их признаки; -в) интуитивные методы; -г) метод экспертных оценок // метод Дельфи; -д) формализованные методы; -е) метод экстраполяции; -ж) модели объектов социального прогнозирования; -з) анализ макроматематических моделей.

3. Методы, виды и действенность социального медиа-проектирования в РФ начала 21-го столетия: -а) сущность социального проектирования, его методов и этапов в новых исторических обстоятельствах России; -б) классификация методов и ее признаки; -в) метод матрицы идей; -г) метод вживания в роль; -д) метод аналогии; -е) метод ассоциации (как сочетание приемов приспособления, модификации и полной реорганизации); -ж) метод мозгового штурма (в т.ч. метод синектики); -з) социальное проектирование новых производств и новых городов; -и) социальный проект как документ обеспечения эффективности социального проектирования.

4. Методы, виды и действенность социального медиа-планирования в РФ начала 21-го столетия: -а) сущность, классификация методов, видов, форм и этапов использования в существующих общероссийских условиях; -б) понятие «директивного» планирования; -в) суть индикативного планирования и условия его эффективного применения; -г) методы общегосударственного планирования; -д) технико-экономические показатели планов и логика планирования; -е) предплановые исследования и их методы; -ж) балансовый, нормативный, программно-целевой методы; -з) целевые комплексные программы; -и) экономико-математические методы; -к) классы экономико-математических моделей.

5. Межотраслевой баланс и система национальных счетов как инструменты социально-экономического медиа-прогнозирования.

Вопросы для самоконтроля:

1. Каковы теоретические основы: -а) социального медиа-прогнозирования рыночной экономики; -б) социального медиа-проектирования рыночных субъектов и объектов (на различных уровнях) общественного развития; -в) социального медиа-планирования рыночных аспектов и факторов социально-экономического роста общественных систем?

2. Как вы понимаете социально-экономическую стратегию в информационных условиях переходной экономики современной России? На что эта стратегия должна ориентироваться?

3. В чем состоит суть двуединой направленности концепции российских реформ?

4. Каковы: -а) основная цель социально-экономического информационного развития РФ; -б) наиболее существенные особенности предстоящего десятилетнего периода жизни России?

5. Каковы предпосылки: -а) социально-экономического роста России; -б) финансового роста РФ; -в) коммуникативно-информационного роста РФ?

6. Каковы особенности стратегии России в сферах: -а) научно-технического, технологического развития; -б) инвестиционной политики; в) масс-медийных изменений?

7. Каковы Ваши предположения относительно вхождения России в глобальный мировой рынок?

8. В чем суть методов: -а) социального медиа-прогнозирования; -б) социального медиа-проектирования; -в) социального медиа-планирования рыночной экономики?

Темы дискуссий, деловых игр, выступлений (для самостоятельной работы студентов):

1. Характеристика методов и методологических принципов: -а) социального медиа-прогнозирования; -б) социального медиа-проектирования.

2. Метод Дельфи в получении адекватного социального медиа-прогноза развития рыночной экономики.

3. Мировой организационный процесс и его основные социально-экономические, политические, мобильно-коммуникативные формы.

Лекция 7. Общегосударственная информационно-исследовательская прогнозно-проектная деятельность: по изучению социальной сферы экономики России на рубеже 20-го и 21-го веков (2 часа).

Социальные медиа-технологии, социальное медиа-программирование: сущность, методы, виды и формы, приемы достижения эффективности. Социальное, экономическое, финансовое, политическое, масс-медийное прогнозирование, планирование и проектирование: в аспекте применения современных социальных технологий.

Организационно-методические основы медиа-прогнозирования, проектирования и программирования социально-экономического развития Российской Федерации: -а)предпосылки научных исследований; - б)организационная схема; -в)нормативно-правовая база (Закон «О государственном прогнозировании и программировании социально-экономического развития РФ»).

Предпрогнозные медиа-исследования социально-экономического развития России (в начале XXI в.): -а) необходимость осуществления; -б) оценка результатов; -в) понятие и разработка сценария; -г) определение целей, задач, системы показателей в прогнозном периоде.

Медиа-прогнозирование, проектирование, планирование, программирование: -а) валового внутреннего продукта (ВВП); -б) сферы социального развития экономики России; -в) взаимодействия природы и общества; -г) эффекта современных социальных технологий в прогнозно-проектных исследованиях и использовании их данных.

Лекция 8. Федеральные целевые программы как форма государственного планирования: в развитии социально-экономической и информационной сферы в РФ (2 часа)

Сущность, функции, особенности федеральных целевых программ (ФЦП). Классификация и структура, содержание и назначение отдельных разделов ФЦП. Необходимость разработки и реализации конкретной ФЦП, критерии включения проблем в Программу. Основные цели и задачи ФЦП, сроки и этапы ее осуществления. Цели консолидации региональных ЦП в федеральные.

Этапы «жизненного цикла» проблемы, решаемой программными средствами. Система программных мероприятий. Ресурсное обеспечение Программы, виды ресурсов, источники финансирования ФЦП. Механизм ее реализации. Организация управления Целевой Программой, отбора ее исполнителей. Этапы управления ФЦП. Оценка эффективности, социально-экономических, политических, информационных последствий реализации Программы. Паспорт ФЦП и ее бизнес-план. Принципы определения эффективности ФЦП и медиа-прогноз ее последствий. Типы потенциальных ФЦП (на текущий финансовый год) и их важнейшие разделы.

Семинар 4. Социальные технологии, программирование и планирование в сфере современной общегосударственной информационной политики: аспект социально-экономического развития России: на начало XXI в. (4 часа).

Тематическая программа занятия:

1. Информационное программирование и конструирование: аспект прогнозно-проектных исследований социально-экономического развития современной РФ.

2. Место, роль и значение информационных технологий в прогнозировании и проектировании социально-экономических факторов и тенденций государственного развития.

3. Организационно-методические основы медиа-прогнозирования, проектирования, планирования, программирования социально-экономического развития РФ.

4. Предпрогнозные медиа-исследования социально-экономического развития России и разработка Федеральных Целевых Программ (как формы госпланирования в РФ).

5. Прогнозирование валового внутреннего продукта (ВВП) в условиях современной России и его информационное обеспечение.

6. Медиа-прогнозирование и планирование сферы социального развития экономики России (в аспекте взаимодействия природы и общества).

Вопросы для самоконтроля:

1. Каковы предпосылки развития социального медиа-прогнозирования в России? Что представляет собой прогнозирующая система в России и каков ее состав (блоки)? Как конкретно она функционирует?

2. В чем необходимость проведения предпрогнозных медиа-исследований?

3. Какая система информационных показателей применяется при разработке сценарных условий социально-экономического развития страны?

4. Что такое: -а) социальные медиа-технологии; -б) социальное медиа-прогнозирование; -в) социальное медиа-конструирование?

5. Каковы главные этапы и элементы программы научного прогнозно-проектного исследования?

6. В чем заключается сущность, особенности и значение основных методов прогнозирования ВВП?

7. Как и какими методами прогнозируется: -а) Фонд занятости населения; -б) Пенсионный фонд; -в) Фонд социального развития; -г) величина прожиточного минимума?

8. Каков современный подход к государственному природопользованию в регионах РФ и каковы основные направления его регулирования (аспект социального медиа-прогнозирования и проектирования)?

9. Что собой представляют Федеральные Целевые Программы (ФЦП)? Как они классифицируются, каково их содержание и назначение отдельных разделов?

10. Каковы типы потенциальных ФЦП?

Темы дискуссий, деловых игр, выступлений (для самостоятельной работы студентов):

1. Сущность, состав и особенности функционирования прогнозирующей системы России.

2. Проблемы информационной поддержки в аспекте современной прогнозно-проектной работы в условиях России.

3. Разработка и реализация ФЦП в современной Российской Федерации.

Лекция 9. Региональное научное социальное предвидение и актуальные аспекты социального и государственного управления: в прессе современной РФ (4 часа).

Территориальное научное социальное предвидение и его значение для государственного регулирования экономики. Цели и задачи территориального медиа-прогнозирования социально-экономического развития РФ. Общие принципы социального медиа-прогнозирования территориального развития. Система информационного обеспечения территориального социального прогнозирования и организация разработки территориальных социальных прогнозов. Комплексная социально-прогнозная оценка развития субъектов Российской Федерации.

Региональные медиа-прогнозы и проекты: -а) трудовых ресурсов; -б) природно-ресурсного потенциала; -в) материального производства; -г) развития

малого предпринимательства; -д) валового регионального продукта и валовой добавленной стоимости.

Финансовый баланс как инструмент медиа-прогнозирования и планирования финансовых ресурсов региона. Прогнозы: -а) «доходов» финансового баланса; -б) «расходов» финансового баланса; -в) дефицита (профицита) финансового баланса.

Медиа-прогнозирование-проектирование-планирование: -а) межрегиональных хозяйственных связей; -б) внешнеэкономической деятельности.

Лекция 10. Методическая база социально-регионального прогнозирования и проектирования: в деятельности современных российских масс-медиа (4 часа)

Актуальные задачи системы медиа-прогнозирования и проектирования аспектов и факторов социально-экономического развития регионов РФ: -а) осуществление комплексного расчета социальных прогнозно-проектных параметров территориального развития России (через специальную информационно-аналитическую систему – на основе использования экономико-математического моделирования и современных компьютерных технологий); -б) решение основных задач информационно-аналитической системы анализа, прогнозирования/проектирования компонентов, объектов и направлений социально-экономического развития Российской Федерации.

Информационно-технологическое обеспечение реализации научного социально-регионального представления в современной РФ: -а) требования и условия проведения аналитико-прогностического исследовательского мониторинга российских регионов; -б) основные функции информационно-аналитической базы системы прогнозирования/проектирования развития регионов России и её логические основания. Сущность и значение: -а) статистической; -в) комплексной имитационной моделей для реализации

социального прогнозирования // проектирования. Социальное медиа-прогнозирование/проектирование и социальное управление в регионах РФ.

Семинар 5. Характерные черты и проблемы осуществления социально-экономического прогнозирования и проектирования: в информационных программах субъектов Российской Федерации (4 часа)

Тематическая программа занятия:

1. Система регионального социального прогнозирования и проектирования в Российской Федерации.
2. Прогнозирование отраслей и сфер региональной экономики в РФ.
3. Прогнозирование финансовых ресурсов регионов РФ.
4. Прогнозирование межрегиональных связей в РФ.
5. Прогнозирование внешнеэкономических отношений России с другими государствами.
6. Особенности, условия и задачи осуществления информационного прогнозно-аналитического мониторинга развития регионов Российской Федерации в условиях рыночного реформирования.

Вопросы для самоконтроля:

1. Каково значение информационно-аналитического разрешения перспективных региональных проблем для становления экономики России? Какова роль научного социального предвидения территориального развития в РФ в практике эффективного социального и государственного, регионального управления?
2. Какие показатели: -а) ресурсов полезных ископаемых; -б) трудовых ресурсов; -в) лесных ресурсов – используются в первую очередь при социально-экономическом медиа-прогнозировании и проектировании аспектов и факторов развития регионов государства?

3. Как прогнозируется, проектируется, планируется динамика политического, социального, промышленного развития в регионе?

4. Как осуществляется прогноз и проект развития аксессуаров транспортной сети региона?

5. Какие принципы и факторы закладываются в основы разработки регионального социального прогноза, плана развития сельского хозяйства?

6. Какие методы используются при медиа-прогнозировании, проектировании, планировании компонентов малого предпринимательства в регионе? Какие макроэкономические факторы учитываются при этом?

7. Каковы цель, предмет, этапы медиа-прогноирования и планирования: -а) внешнеэкономической деятельности; -б) межрегиональных хозяйственных связей? Каково значение привлечения «внутренних» и «внешних» инвестиций в экономику России?

8. Какие задачи решает Система анализа и прогнозирования социально-экономического, информационного развития регионов РФ? Каковы функции аналитической базы Системы?

Темы дискуссий, деловых игр, выступлений (для самостоятельной работы студентов):

1. Медиа-прогнозирование социально-экономических связей: -а) межрегиональных; -б) межгосударственных.

2. Научное социально-экономическое предвидение развития Амурской области в начале XXI века и его масс-медийное обеспечение.

Лекция 11. Социальное прогнозирование и проектирование на предприятиях/фирмах и их информационно-коммуникационное обеспечение (2 часа)

Основы, содержащие, сущность, предмет, организация социального проектирования и планирования (во взаимосвязи с прогнозированием) на

предприятия / в фирме, создание информационно-коммуникативных условий для плановой работы в социальной организации. Система планов предприятия и организация на нем адекватного управления. Система технико-экономических, информационно-аналитических показателей для осуществления социального прогнозирования, проектирования, планирования в социальной организации / фирме и система корпоративной PR- и пресс службы.

Внутрифирменное социальное медиа-прогнозирование и проектирование. Социальный прогноз состояния внешней среды. Объекты и методы количественного социального прогнозирования состояния внешней среды. Комбинированные качественные и количественные методы социального прогнозирования состояния внешней среды и разработка соответствующих сценариев.

Стратегическое и текущее социальное прогнозирование, проектирование, планирование на предприятии / в фирме / в социальной организации. Оперативное социальное проектирование и прогнозирование на различных видах производства и их информационно-аналитическая поддержка.

Лекция 12. Бизнес-планирование, информационно-коммуникативная деятельность, социальное проектирование на современном российском предприятии / фирме (2 часа)

Взаимосвязь и взаимообусловленность аспектов: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования; -в) социального планирования; -г) бизнес-планирования; -д) информационно-аналитической работы – в социальной организации.

Бизнес-планирование. Бизнес-план: сущность, особенности, структура, назначение, информационная составляющая.

Элементы структуры бизнес-плана: -а) титульный лист и оглавление; -б) резюме; -в) история данного бизнеса; -г) описание продуктов / услуг; -д) описание отрасли и товарных рынков; -е) описание конкурентов; -ж) оценка и

выбор стратегии; -з) производственный план; -и) план маркетинга; -к) организационный план; -л) план исследований и разработок; -м) финансовый план; -н) оценка риска; -о) приложение к бизнес-плану; -п) медиа-информационное обеспечение бизнес-планирования.

Бизнес-планирование и социальное планирование. Бизнес-планирование и социальное проектирование. Бизнес-планирование и социальное прогнозирование. Бизнес-планирование и корпоративные СМИ.

Семинар 6. Повышение эффективности работы социальной организации: в аспекте PR-реализации научного социального предвидения в сфере ее деятельности (4 часа)

Тематическая программа занятия:

1. Современная социальная организация / предприятие / фирма: сущность, особенности, цели и задачи работы.

2. Основы внутриорганизационного научного социального предвидения (в его основных формах).

3. Стратегическое социальное прогнозирование, проектирование, планирование на предприятии, их PR- и рекламная поддержка.

4. Текущее социальное прогнозирование, проектирование, планирование на предприятии, их PR- и рекламное сопровождение.

5. Оперативное социальное прогнозирование, проектирование, планирование на производстве, их PR- и рекламное обеспечение.

6. Бизнес-планирование и научное социальное предвидение в социальной организации / фирме / на предприятии: аспект работы корпоративных СМИ.

Вопросы для самоконтроля:

1. В чем состоит суть внутриорганизационного / внутрифирменного планирования и проектирования, его социальный, экономический,

информационно-коммуникативный управленческий смысл? Как это взаимосвязано с социальным прогнозированием?

2. Каково понятие стратегического: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования; -в) социального планирования? Каков процесс разработки стратегического социального: -а) прогноза; -б) проекта; -в) плана – предприятия?

3. Какова взаимосвязь стратегического и текущего: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования; -в) социального планирования – организации?

4. Что такое оперативное социальное: -а) прогнозирование; -б) проектирование; -в) планирование – предприятия / фирмы / организации?

5. Какова система годового плана предприятия, его информационной составляющей?

6. Что представляет собой бизнес-план? Каковы его: -а) функции; -б) структура; -в) предназначение и содержание «Резюме» бизнес-плана?

7. Каковы отдельные разделы бизнес-плана, его PR- рекламного и пресс-аспектов на предприятии, и как их составлять?

8. Что можно сказать об основах внутрифирменного социального: -а) прогнозирования; -б) проектирования; -в) планирования?

Темы дискуссий, деловых игр, выступлений (для самостоятельной работы студентов):

1. Социальное планирование и прогнозирование в организации, его медиа-компоненты в условиях рыночной экономики.

2. Бизнес-планирование на российском / приамурском предприятии и его PR-рекламное сопровождение?

3. Оперативное внутрифирменное: -а) планирование; -б) проектирование; -в) прогнозирование; -г) медиа-обеспечение?

Лекция 13. Социально-прогностическое исследование: многомерный анализ и интерпретация социологической информации (4 часа)

Научно-исследовательская деятельность в аспекте социального прогнозирования и проектирования: сущность, особенности, задачи, этапы, методы получения соответствующей информации, ее обработка вручную и на ЭВМ. Многомерный анализ данных научно-исследовательского прогнозирования его объектов: -а) конструирование и изучение многомерного признакового пространства; -б) обнаружение строения семантического пространства; -в) изложение общей структуры анализа совокупности социологических показателей; -г) обсуждение принципиальных возможностей многомерных статистико-математических методов. Симметричная корреляционная матрица. Построение корреляционного графа и коэффициенты корреляции. Многомерный регрессивный анализ. Многомерный факторный анализ.

Общие подходы к интерпретации результатов научно-прогностического исследования социальных объектов, явлений, процессов. Процедура интерпретации. Выявление взаимозависимости признаков. Метод исключения. Оформление данных научно-прогностического исследования элементов социальной жизни. Научное социальное прогнозирование и осуществление социального проектирования: аспекты анализа и интерпретации.

Лекция 14. Особенности, цели, задачи научного прогнозирования социальных процессов в сфере масс-медиа: аспект применения результатов социологического исследования (4 часа)

Научное прогнозирование в социологии: -а) период упреждения; -б) главная особенность научного социального прогнозирования; -в) основные критерии, необходимые для любой прогностической модели; -г) требования к любой прогностической модели: обоснованность, полнота, валидность,

точность, устойчивость, инерционность. Виды научного социологического прогнозирования: -а) аналогия; -б) экспертиза; -в) статистический прогноз. Взаимосвязанные компоненты прогнозируемой динамики ряда распределения количественных параметров исследуемого социального объекта / процесса / явления: -а) тренд; -б) интервал циклов; -в) тенденция. Методы определения наличия тренда (основанные на правилах статистической проверки гипотез): -а) метод разности средних уровней; -б) метод среднего темпа роста. Метод сглаживания динамического ряда как метод выявления тенденций развития социальных явлений. Регрессионный анализ: -а) расчет подобных моделей; -б) решение основных задач в процессе реализации регрессионного анализа. Логическая схема моделей прогноза, в т.ч. в аспекте медиа-прогнозирования.

Семинар 7. Использование результатов социально-прогностического исследования в менеджменте СМИ (8 часов)

Тематическая программа занятия:

1. Цели, задачи использования данных социально-прогностического исследования в практической медиа-управленческой работе.
2. Функции применения результатов социально-прогностических исследований в СМИ-менеджменте.
3. Информационно-аналитическая направленность использования данных социально-прогностического изучения актуальной проблематики Социума в процессе управления деятельностью прессы.
4. Средства и формы практического применения результатов социально-прогнозного исследования в аспекте менеджмента масс-медиа.
5. Научно-исследовательские компоненты: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования.
6. Социальное прогнозирование и проектирование в аспекте реализации исследовательского мониторинга общественного мнения.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое анализ? Что является сущностью многомерного анализа в социологическом прогнозировании?
2. Что означает: -а) многомерное признаковое пространство; -б) семантическое пространство?
3. Каковы содержание, особенности, значение (в аспекте проведения социального прогнозирования): -а) образования симметричной корреляционной матрицы; -б) построения корреляционного графа; -в) использования корреляции?
4. Как вы понимаете содержание: -а) многомерного регрессионного анализа; -б) многомерного факторного анализа?
5. Каковы эффективные алгоритмы извлечения латентных переменных?
6. Что такое метод главных компонент?
7. Каковы общие подходы к интерпретации данных социально-прогностических исследований?
8. В чем состоит сущность: -а) процедуры интерпретации социально-прогностических данных; -б) этапов интерпретации полученных социально-прогностических исследовательских результатов; -в) интерпретационного социально-прогностического исследования?
9. Как конкретно следует осуществлять оформление результатов социально-прогностического исследования: аспект интерпретации его данных?
10. Какова структура и элементы процесса научно-исследовательского прогнозирования и проектирования социальных процессов?
11. Каковы виды социального прогнозирования и проектирования?
12. Каковы методы: -а) определения наличия тренда; -б) выявления тенденций развития социальных явлений?
13. Что такое регрессионный анализ и каковы его основные задачи?
14. Как обосновать логическую схему выбора модели социального прогноза / проекта?

15. Каковы сущность: целей, результатов, функций, направленности, средств и форм использования результатов социально-прогностического исследования в сфере работы масс-медиа?

Темы дискуссий, деловых игр, выступлений (для самостоятельной работы студентов):

1. Анализ и использование в управлении деятельностью СМИ результатов социально-прогностического исследования.

2. Медиа-интерпретация данных социального прогноза / проекта и прогнозирование / проектирование социальных процессов.

СПИСОК ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ К КУРСУ

Основная литература

1. Антонюк Г.А. Социальное проектирование и управление обществом.- Минск, 1986.
2. Бестужев-Лада И.В. Нормативное социальное прогнозирование... - М., 1987.
3. Бестужев-Лада И.В. Поисковое социальное прогнозирование...-М., 1984.
4. Бестужев-Лада И.В. Преодоление проблемных ситуаций в управлении социальными процессами // Вопросы философии, 1992, № 1.
5. Бестужев-Лада И.В. Прогнозное обоснование социальных процессов – М., 1993
6. Бестужев-Лада И.В. Теоретико-методологическое проблемы социального прогнозирования и социального проектирования в условиях ускоренного научно-технического прогресса: - М., 1986.
7. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR- М., 2001.
8. Ворошилов В.В. Журналистика – СПб., 2003. Гл.3, 5, 6, 7.
9. Грищенко В.Н. и др. Теоретические основы прогнозирования планирования. – СПб., 1995.
10. Дридзе Т.М., Орлова Э.А. Основы социокультурного проектирования.-М., 1995.
11. Дуброва Т.А. Статистические методы прогнозирования – М., 1998.
12. Евстифеева Е.А., Иванов В.Г. Проблемы веры и традиции: пределы социального планирования.- Тверь, 1994.
13. Закон РФ «О средствах массовой информации» - М., 2004.
14. Знаменский В.В. Прогнозирование и планирование в условиях рынка.- М., 2000.

15. Котляров И.В. Теоретические основы социального проектирования – Минск, 1989.
16. Курс переходной экономики: учебник для вузов (под ред. Л.И. Абалкина) - М., 1997.
17. Мелюхин И.С. Информационное общество – М., 1999.
18. Моделирование экономической динамики: риск, оптимизация, прогнозирование. - М., 1997.
19. Мотыжина М.С. Методы социально-экономического прогнозирования – Спб, 1994.
20. Неймер Ю.Л. Социальное планирование в отрасли – М., 1986.
21. Основы прикладной социологии (под ред. Ф.Э. Шереги, М.К. Горшкова) – М., 1996.
22. Полукаров В.Л. Телерадиореклама: инновационные технологии – М., 1998.
23. Прогнозное социальное проектирования: теоретико-методологические и методические проблемы (под ред. Т.М. Дридзе) – М., 1994.
24. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. Изд.2-е, доп. – М., 2003.
25. Рабочая книга по прогнозированию – М., 1982.
26. Сидоров В.А. Прогноз в журналистике – СПб., 2001.
27. Статистическое моделирование и прогнозирование – М., 1990.
28. Телевизионная журналистика (под ред. А.Я. Юровского) – Изд. 2-е, доп. – М., 2004.
29. Теория прогнозирования и принятия решений (под ред. С.А. Саркисяна) – М., 1977.
30. Терин В.П. Массовая коммуникация – М., 1999.
31. Тощенко Ж.Т. Социология – М., 2002. С. 402-467.
32. Тощенко Ж.Т. Аптов Н.А., Лапин Н.И. Социальное проектирование – М., 1982.
33. Четыркин Е.М. Статистические методы прогнозирования. – М., 1975

34. Экономические модели и прогнозы. – Новосибирск, 1975.
35. Энциклопедический социологический словарь (под ред. Г.В.Осипова)
36. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования – М., 2001.
37. Янч Э. Прогнозирование научно-технического прогресса – М., 1974
38. Ярская В.М. Научное предвидение: вопросы методологии. – Саратов, 1980.

Дополнительная литература

1. Араб-Оглы Э.А. В лабиринте пророчеств – М., 1973.
2. Асеев В.Г., Шкарабан О.И. Социальные нормативы и социальное планирование – М., 1984.
3. Бахметьева Г.Ш. Методы демографического прогнозирования – М., 1988.
4. Волконогова О.Д. Приоткрывая завесу времени: О социальном предвидении будущего – М., 1989.
5. Гендин А.М. Предвидение и цель в развитии общества. – Красноярск, 1970.
6. Иванов В.Н. Социальные технологии в современной науке М., 1996.
7. Исследование построения показателей социального развития и планирования. – М., 1989.
8. Кларк А. Черты будущего М., 1968.
9. Лакис П.П. Методологические и логические аспекты прогнозирования. – Рига, 1985.
10. Мартино Дж. Технологическое прогнозирование – М., 1977.
11. Методологические проблемы социального предвидения – Киев, 1977.
12. Социальные технологии. Толковый словарь. – М. - Белград, 1995.
13. Сухрунов В.И. Современная буржуазная футурология – Новосибирск, 1986.
14. Патрушев В.И. Информатизация и технологизация социального пространства. Сборник М., 1994
15. Печчеи А. Человеческие качества. 2-е изд. М., 1985

16. Юферев О.В. Планирование социально-бытовой инфраструктуры. Социологический подход. – М., 1990.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КУРСА

ПРОГНОСТИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА (ФУНКЦИИ) -а) попытка предсказать развитие социальных событий или процессов; -б) создание социальной реальности в форме прогнозного фона; -в) стремление предупредить общество о возможной опасности.

Такая журналистика выступает: 1) как субъект социального прогнозирования; 2) как объект прогноза.

В такой журналистике основными качествами журналиста являются: 1) эвристичность, 2) открытость, 3) мобильность, 4) симультанность, 5) принципиальность, 6) предикаторность как способность предвидеть будущие состояния описываемого объекта, где: предвидение - а) предсказание тех или иных событий: -б) предпочтительное значение о событиях и явлениях, которые существуют, но не зафиксированы в опыте.

ВИДЫ НАУЧНОГО ПРЕДВИДЕНИЯ: -а) естественно-научное (перспективы развития природы в целом или отдельных ее частей); -б) социальное (перспективы развития личности и общества)

ФОРМЫ КОНКРЕТИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДВИДЕНИЯ: - а) предчувствие (простое предвосхищение); -б) предугадывание (сложное предвосхищение); -в) конкретное научное предвидение (в т.ч. предсказание); -г) научное социальное предвидение (определение совокупности будущих изменений, которые ожидаются в рамках всего общества, касаются всего человечества или его крупных частей); -д) квазипредвидение (реконструкция прошлого по сохранившимся фрагментам, прежде всего – материальной культуры).

СООТНОШЕНИЕ ПРЕДВИДЕНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ: - а) прогнозирование – это один из уровней / форм предвидения; -б) если предвидение ограничивается утверждением, что какое-либо событие наступит обязательно – не задаваясь вопросом о времени и форме его реализации, то прогнозирование представляет будущее в различных

вариантах (т.е. социальное прогнозирование – это не один из видов предвидения, а следующий этап управления).

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДВИДЕНИЕ – форма опережающего отражения действительности, направленная на определение общественных явлений, относящихся к будущему или неизвестных в данный момент, но поддающихся выявлению и использованию в теории и практике управления.

ВАЖНЕЙШАЯ ФУНКЦИЯ НАУЧНОГО ПРЕДВИДЕНИЯ – предоставление информации о степени неопределенности различных неуправляемых параметров, влияющих на результаты управления.

НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ – неполное и неточное представление о значениях различных параметров в будущем.

КЛАССИФИКАЦИЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ (ПО ПРИЧИННОМУ ФАКТОРУ): – а) неопределенности, являющиеся следствием неполного знания объективных тенденций и закономерностей, по которым развиваются тот или иной процесс; -б) неопределенности, порождаемые случайностью и др. причинами.

ЭТАПЫ ПРОЦЕССА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДВИДЕНИЯ – а) анализ (описание); -б) диагноз (и его требования): 1 - в социальном предвидении важны: выявление главной тенденции; определение перспективы развития социального процесса; установление генеральных направлений, характеризующих состояние общества, его отдельных сфер и направлений; 2 – в основе процесса предвидения лежат не простое накопление известных переменных, а учет тех индикаторов, которые характеризуют назревание качественных переменных; 3 – социальное предвидение базируется на оптимальном сочетании рационального и интуитивного, чувственного, где «рацио» играет ведущую роль; 4 – ни один из выводов социального предвидения не должен быть абсолютизирован, противопоставлен другому или, наоборот, согласован с другим за счет потери определенных качественных характеристик; 5 – социальное предвидение обязательно базируется на

максимально полной информации, касающейся будущего явления или процесса.

ИНТУИЦИЯ – «высочайшее откровение», бессознательное проникновение (постижение) будущности при помощи инстинкта и других компонентов подсознания.

ПРОГНОЗ – а) результат научного предвидения; -б) научно обоснованное суждение прикладного характера о развитии объекта в будущем, которое характеризуется следующими параметрами: 1 – период упреждения (промежуток времени, на который разрабатывается прогноз); 2 – период основания (временной интервал, на базе которого выявляется тенденция развития объекта); 3 – достоверность (вероятность осуществления прогноза).

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ – процесс научного представления, разработка прогнозов.

ПРОГНОСТИКА – теория прогнозирования, задача которой состоит в разработке гносеологии прогнозирования, принципов организации прогнозных разработок, в исследовании и совершенствовании технологии прогнозирования.

ВИДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ (В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПРИРОДЫ ОБЪЕКТОВ): -а) политическое; -б) экономическое; -в) социальное; -г) гидрометеорологическое; -д) экологическое; -е) геологическое и др.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ – а) выработка обоснованного суждения, предсказания возможных состояний социального объекта в будущем и / или альтернативных путей и сроков осуществления социальных изменений; -б) форма социального предвидения, вид прогнозирования; -в) определение вариантов развития и выбор наиболее приемлемого, оптимального варианта, исходя из времени, ресурсов и социальных сил, способных обеспечить их реализацию; работа с альтернативами, анализ степени вероятности возможных решений.

ПОЛНОЕ ПРОГНОЗНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ (ЭТАПЫ): -а) предпрогнозная ориентация; -б) построение базовой прогнозной модели объекта; -в) поисковое прогнозирование (т.е. исследование прогнозного фона,

нахождение поисковых значений прогнозной модели); -г) нормативное прогнозирование (т.е. целеполагание как формулирование абсолютного оптимума прогнозной модели, определение относительного оптимума с учетом рамок прогнозного фона и существующих нормативов, разработка на прогнозной модели нормативных сценариев или любых других прогнозных вариантов развития объекта); -д) верификация и корректировка поискового и нормативного прогнозов (виды верификации: 1 - прямая, 2 - косвенная, 3 - методом экспертных оценок через опросы и др. методы); -е) разработка рекомендаций для социального планирования, программирования, проектирования.

МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ – а) метод экстраполяции; -б) метод экспертных оценок (в т.ч. метод Дельфи); -в) эффект Эдипа; -г) метод прогнозных сценариев; -д) метод прогнозных граф; -е) метод моделирования.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ– одна из форм опережающего отражения действительности, создания прообраза (прототипа) предполагаемого объекта, явления или процесса посредством специфических методов.

ПРОЕКТ - объемно-информационный аналог создаваемого объекта.

СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ – а) описание наиболее существенных свойств создаваемого социального объекта с позиции фиксированной задачи, в совокупности нормативно-организационной документации и стандартов деятельности, регламентирующих организацию производства и управления, порядок внесения в них изменений (план определяет последовательность деятельности для достижения результата, тогда как проект содержит необходимые конструктивные характеристики этой деятельности); -б) документ (совокупность документов), характеризующий цели, средства и этапы реализации намеченной программы социальных изменений.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ – а) специфическая деятельность, связанная с научно обоснованным определением вариантов развития социальных процессов и явлений и с целенаправленным коренным

изменением конкретных социальных институтов; -б) один из видов целеполагающей деятельности по формированию объемно-информационного аналога / проекта создаваемого социального объекта.

СОСТАВЛЯЮЩИЕ (ЭТАПЫ) ФАЗЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ - а) формирование коллективных целей и задач на основе общественной потребности; -б) моделирование строения, функционирования и развития социального объекта (в т.ч. социальный прогноз); -в) проведение социально-изыскательных работ, привязка (коллектива) к конкретной территории с конкретным населением; -г) реализация проекта, сопровождение и авторский надзор.

МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ – а) использование матрицы идей; метод вживания в роль; -в) метод аналогии; -г) метод ассоциации: 1-прием приспособления; 2-прием модификации, 3-прием полной реорганизации; -д) метод мозгового штурма (в т.ч. метод синектики).

ВИДЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ: -а) социальное проектирование новых производств; -б) проектирование новых городов.

СОЦИАЛЬНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ – научно обоснованное определение целей, показателей, заданий (сроков, темпов, пропорций) развития социальных процессов и основных средств их претворения в жизнь в интересах населения.

УРОВНИ СОЦИАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ – а) уровень общества в целом; -б) уровень отдельных сфер общественной жизни (экономической, социальной, политической, духовной); -в) региональный уровень; -г) уровень планирования по экономическим районам; -д) уровень производственных организаций, трудовых коллектив, фирм, предприятий и т.п.

ФОРМЫ СОЦИАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ – а) адресное планирования; -б) планирование социальных процессов с помощью косвенных (экономических и социальных) рычагов.

МЕТОДЫ СОЦИАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ – а) балансовый метод; -б) нормативный метод; -в) аналитический метод; -г) метод вариантов (в

т.ч. метод вариантных приближений); -д) комплексный метод; -е) проблемно-целевой метод; метод социального эксперимента; -ж) математические методы.

СОЦИАЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ – количественная и качественная характеристики состояния, тенденций и направлений социального развития, применяемые в социальном планировании для оценки соответствия реально сложившегося положения научно обоснованным требованиям.

ТЕХНОЛОГИЯ - совокупность приемов и способов получения, обработки или переработки сырья, материалов, полуфабрикатов или каких-либо иных изделий материального и духовного свойства, назначения.

СОЦИАЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ - а) алгоритм, процедура осуществления действий в различных областях социальной практики (управлении, работе СМИ, образовании, исследовательской работе, художественном творчестве и т.д.), что является элементом человеческой культуры, возникающим эволюционно, либо создаваемым искусственно; -б) совокупность последовательных операций, процедур целенаправленного воздействия и реализации ранее намеченных планов (программ, проектов) и получения оптимального социального результата; -в) важнейший элемент механизма управления, средство перевода языка намерений на конкретный язык практики управления, чему служат формализация социального управления и его расчленение на составляющие элементы с помощью операций и процедур.

ПРОЦЕДУРА - набор действий, с помощью которых осуществляется управление каким-либо процессом.

ОПЕРАЦИЯ – непосредственное действие, путь решения определенной задачи в рамках данной процедуры.

СУЩЕСТВЕННЫЕ МОМЕНТЫ / ЭЛЕМЕНТЫ СУЩНОСТНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ:

-а) социальная технология как определенный способ достижения общественных целей;

-б) сущность данного способа состоит в пооперационном осуществлении деятельности;

-в) операции разрабатываются предварительно, сознательно и планомерно;

-г) подобная разработка проводится на основе и с использованием научных знаний;

-д) при данной разработке учитывается специфика области, где осуществляется деятельность;

-е) социальная технология выступает в 2-х формах: -а) как проект, содержащий процедуры и операции; -б) как сама деятельность, построенная в соответствии с данным проектом.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА – органическая часть общей культуры, которая стремится в своем содержании интегрировать достижения технических и социально - гуманитарных наук, применять интегрированные принципы не только к изучению социального пространства, но и к активному его обустройству в соответствии с целями развития социальных систем, смыслом человеческого существования.

АНАЛИЗ – а) расчленение (мысленное или реальное) объекта на элементы (в противоположность синтезу); -б) научное исследование.

АНАЛИЗ ДАННЫХ (В Т.Ч. ПРОЦЕССА И РЕЗУЛЬТАТОВ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ) – а) совокупность действий, осуществляемых исследователем в процессе изучения полученных тем или иным способом / образом данных (прогностических) с целью формирования определенных представлений о характере явления, описываемого этими данными; -б) процесс изучения статистических данных с помощью математических методов, не предполагающих вероятностной модели интересующего исследователя явления (в частности, не опирающихся на допущения о вероятностной природе исходных данных, о статистической модели порождения данных).

ЭМПИРИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПОНЯТИЙ / ПРОГНОСТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ – научная процедура, посредством которой в социальной действительности выделяются признаки социальных явлений (или чаще их классов), составляющие содержание данных понятий.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В ЖУРНАЛИСТИКЕ // СОЦИОЛОГИИ – способ научного предвидения с той или иной степенью вероятности итога, направленности или характера протекания социальных процессов в течение некоторого промежутка времени.

ПЕРИОД УПРЕЖДЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГНОЗА – момент времени, на который в распоряжении социолога, журналиста, менеджера имеются исходные данные социальной статистики (результатов исследования), и до момента, к которому относится прогноз.

ГЛАВНАЯ ОСОБЕННОСТЬ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ – нацеленность на социальное будущее и попытка преодолеть неопределенность, обусловленную отсутствием знаний о точном значении статистических параметров характеристик социальных процессов.

КРИТЕРИИ ОБОСНОВАННОЙ (ЛЮБОЙ) ПРОГНОСТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ – а) форма числовой оценки характеристик социальных явлений; -б) степень вероятности оценки, ее точность.

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГНОСТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ (ЛЮБОЙ) – а) обоснованность (соответствие модели цели прогноза на весь период упреждения); -б) полнота (зависит от объема, достоверности и устойчивости исходной социальной статистики); -в) валидность (способность модели учитывать изменение структурных элементов прогнозируемого явления, от чего во многом зависит точность прогноза); -г) точность (способность модели давать количественную оценку параметров изучаемого процесса на период упреждения, минимально отличающуюся от их фактического значения); -д) устойчивость (способность модели быть валидной на весь период упреждения).

ИНЕРЦИОННОСТЬ СОЦИАЛЬНОГО ЯВЛЕНИЯ / ПРОЦЕССА –

степень устойчивости, длительность ее обусловленности теми или иными социальными нормами.

ВИДЫ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ (В АСПЕКТЕ МЕТОДОВ СОЦИОЛОГИИ) – а) аналогия; -б) экспертиза / экспертная оценка; -в) статистический прогноз.

ВЗАИМОСВЯЗАННЫЕ КОМПОНЕНТЫ ПРОГНОЗИРУЕМОЙ ДИНАМИКИ РЯДА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ ПАРАМЕТРОВ ИССЛЕДУЕМОГО СОЦИАЛЬНОГО ПРОЦЕССА – а) тенденция: направление развития социального процесса (в наиболее общем случае – прогресс и регресс); -б) тренд: тенденция, механизм реализации которой функционально зависит от времени (тренд описывает фактическую усредненную для периода упреждения тенденцию изучаемого социального процесса во времени); -в) интервал циклов.

МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ НАЛИЧИЯ / ОТСУТСТВИЯ ТRENDA –

а) метод разности средних уровней; -б) метод среднего темпа роста.

ОСНОВНОЙ МЕТОД ВЫЯВЛЕНИЯ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ЯВЛЕНИЙ – метод сглаживания динамического ряда: замена фактических уровней динамического ряда расчетными, имеющими значительно меньшую колеблемость, чем исходные, данными (например, через «расчет скользящих средних»).

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЕ – а) управление «всеми и любыми» общественными процессами в отличие от управления в биологических и технических системах; -б) управление процессами и явлениями социальной сферы общественной жизни, средство реализации социальной политики; -в) органически присущие общественной системе явления, обеспечивающие сохранение ее целостности, качественной специфики, воспроизводство и развитие; -г) осознанное, систематическое, специально организованное воздействие на общество по упорядочению и совершенствованию его социально-деятельной структуры в процессе выработки и достижения цели.

МЕНЕДЖМЕНТ – а) рациональный способ управления, обеспечивающий эффективную организацию труда, повышение его производительности, ориентацию предприятия на прибыль и доходность, чуткость к различным новациям, воплощение их в профессиональной деятельности; -б) особая отрасль знания и профессиональной специализации управляющих менеджеров, входящих в административный штат предприятия (принципы менеджмента: точность, пунктуальность, верность слову и обязательствам, высокая компетентность руководителя как условия эффективного хозяйствования - лидерства).

ЖУРНАЛИСТСКАЯ МОДЕЛЬ ОБЪЕКТА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ –

а) анализ информации о прошлом и настоящем состоянии объекта; -б) разработка значимого прогнозного фона; -в) построение вероятностной модели объекта.

АЛГОРИТМ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ПРОГНОСТИЧЕСКОЙ // ПРОГНОЗНОЙ АНАЛИТИКИ – блок № 1: «информационный»; блок № 2: «проблемно-целевой»; блок № 3: «генерационный»; блок № 4: «ревизионный»; блок № 5: «реализационный».

СТРУКТУРА ЖУРНАЛИСТСКОГО ПРОГНОЗА – 1) анализ периода основания прогноза → 2) анализ прогнозного фона → 3) политический прогноз → 4) анализ будущего проблемного состояния объекта прогнозирования → 5) построение «дерева проблем».

ЖУРНАЛИСТСКАЯ ПРОГНОСТИКА – сендрцевина // основа социального контроля в работе масс-медиа по следующим аспектам:

1) привлечение внимания аудитории к позитивным проектам нововведений социального или технического характера;

2) мобилизация сил общества на достижение в будущем привлекательных в социальном отношении целей;

3) проверка теоретико-практической состоятельности предлагаемых нововведений;

4) контроль поэтапной реализации нововведений;

5) выявление факторов прогнозного фона, препятствующих реализации проекта;

6) привлечение внимания общества к социально негативным следствиям развития нововведений;

7) предупреждение общества о возможной опасности в случае негативного развития событий или процессов;

8) содействие включению в общественном сознании механизмов «эффекта Эдипа» (самоосуществление или саморазрушение прогноза);

9) преодоление в общественном сознании «футурофобии».

МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В ЖУРНАЛИСТИКЕ – 1) формализованные (анкетирование, интервьюирование, контент-анализ); 2) интуитивные (экспертные оценки, экстраполяция, моделирование).

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ (ЗАЧЕТУ)

1. Важнейшие особенности и требования к реализации современной прогностической журналистики как обязательного условия журналистского мышления, журналистского творчества, журналистской деятельности в целом.
2. Истоки и история возникновения, становления научного социального предвидения: -а) в мире / на Западе; -б) в России / СССР.
3. Предвидение, астрология, экстросенсорика, гадания и т.п.: сравнительный анализ. Основные формы социального предвидения.
4. Главные методы социального предвидения в журналистике.
5. Важнейшие требования к социальному предвидению в работе СМИ.
6. Достоинства и ограничения индукции в процессе социального предвидения.
7. Научное социальное предвидение и футурология: сравнительный анализ.
8. Проблемы формирования и планирования в системе регулирования экономики России: в аспекте научного социального предвидения.
9. Национальная экономика России как объект управления: на основе мониторинга научного социального предвидения.
10. Социально-экономическая стратегия в условиях переходной экономики России: аспект форм концентрации научного социального предвидения.
11. Исторический путь возникновения и становления социального прогнозирования: -а) в мире / на Западе; -б) в России / СССР.
12. Социальная прогностика и ее понятийный аппарат.
13. Соотношение: -а) социального предвидения; -б) социального прогнозирования; -в) социального планирования; -г) социального проектирования.
14. Сущность и методы социального прогнозирования в журналистике.
15. Сущность и методы социального проектирования в журналистике.

16. Сущность и методы социального планирования в журналистике.

17. Основные научные работы в отечественной литературе по: -а) социальному прогнозированию; -б) социальному проектированию; -в) социальному планированию: их краткая характеристика.

18. Главные проблемы дальнейшего развития мирового и российского: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования; -в) социального планирования.

19. Эффективность и формы проявления действенности: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования; -в) социального планирования.

20. Теоретические основы: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования; -в) социального планирования.

21. Закономерности развития систем: -а) экономических; -б) социальных; -в) политических; -г) информационно-коммуникационных // СМИ.

22. Объекты и субъекты: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования; -в) социального планирования.

23. Внешняя среда объекта: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования; -в) социального планирования.

24. Методологические основы: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования; -в) социального планирования.

25. Важнейшие виды и формы: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования; -в) социального планирования.

26. Сущностное содержание и место среди других элементов социального управления: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования; -в) социального планирования.

27. Главные уровни и этапы: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования; -в) социального планирования.

28. Общее и особенное в социальном, массово-информационном: экономическом: -а) прогнозировании; -б) проектировании; -в) планировании.

29. Теория и практика становления и развития социального прогнозирования, социального проектирования, социального планирования: -а) в СССР; -б) в России.

30. Основные направления, положения, особенности социального планирования: -а) новых производств; -б) городов; -в) работы СМИ.

31. Общая характеристика социальных показателей, нормативов, ориентиров и их роли в: -а) социальном прогнозировании; -б) социальном проектировании; -в) социальном планировании.

32. Межотраслевой баланс как инструмент социально-экономического прогнозирования.

33. Система национальных счетов как инструмент социально-экономического прогнозирования.

34. Организационно-методические основы прогнозирования социально-экономического, информационного развития Российской Федерации.

35. Предпрогнозные ориентации и исследования социально-экономического, информационного развития Российской Федерации.

36. Особенности прогнозирования валового внутреннего продукта.

37. Характерные черты и условия прогнозирования и планирования сферы социального развития экономики, масс-медиа современной России.

38. Прогнозирование и планирование взаимодействия природы и общества.

39. Федеральные общероссийские целевые программы как форма социального государственного: -а) прогнозирования; -б) проектирования; -в) планирования.

40. История появления и становления социальных технологий: -а) в мировой / западной практике; -б) в России / СССР.

41. Особенности социальных, информационных технологий на различных уровнях социальной организации общества.

42. Общее и особенное в понятиях: -а) «социальная технология» и -б) «социальная организация».

43. Сущность, методы и возможности социальных технологий в работе журналиста.
44. Формы, виды и этапы социальных технологий в журналистике.
45. Ведущие / дополнительные элементы структуры характеристик социальных технологий в журналистике.
46. Сущность, особенности и значение технологической культуры в работе журналистского коллектива.
47. Современные проблемы технологической культуры: аспекты социального управления, менеджмента в масс-медиа.
48. Социальная технология как наука.
49. Проблематика организации и дезорганизации в работе СМИ: в аспекте теории социальной технологии.
50. Особенности социальных технологий в различных сферах общественной жизни: во взаимообусловленности с социальным прогнозированием и проектированием.
51. Система регионального социального прогнозирования и проектирования в современной Российской Федерации.
52. Прогнозирование и проектирование отраслей и сфер региональной социально-экономической, информационной жизни / действительности.
53. Прогнозирование финансовых ресурсов современных российских регионов и важнейшие вопросы: -а) социального проектирования; -б) социального планирования.
54. Прогнозирование и проектирование межрегиональных и внешнеэкономических связей, проектов, объектов: аспект работы СМИ.
55. Методологическая и методическая база прогнозирования и проектирования социально-экономического, медиа-информационного развития регионов и региональных объектов современной Российской Федерации.
56. Основы внутриорганизационного / внутрифирменного (в СМИ): -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования; -в) социального планирования.

57. Социальное прогнозирование, проектирование, планирование (в СМИ): -а) стратегическое; -б) текущее; -в) оперативное .

58. Основы бизнес-планирования на предприятии / в организации / фирме (в СМИ) и составление отдельных разделов бизнес-плана.

59. Использование результатов конкретных социально-прогностических исследований в практике (аспект работы СМИ): -а) социального управления; -б) стратегического менеджмента; -в) инновационного менеджмента.

60. Анализ, интерпретация социологических и социально-психологических данных, прогнозирование социальных процессов: в аспекте социально-прогностических исследований сферы социального управления // менеджмента в СМИ.

61. Прогнозирование в социологии: сущность, главные особенности, критерии, требования, виды, методы.

62. Место и роль прогнозирования в структуре полного цикла количественно-качественного анализа социологических и социально-психологических данных.

63. Логическая схема выбора модели прогноза в социологии, журналистике.

64. Прогнозирование в журналистике: сущность, функции, структура, этапы, методы, виды, направления.

65. Алгоритм журналистской аналитики и социальное прогнозирование.

66. Прогноз и социальный контроль в журналистике.

67. Основные индикаторы журналистского // прогностического мышления.

68. Важнейшие качества современного журналиста: аспект журналистской прогностики.

69. Формализованные и интуитивные методы социального прогнозирования в СМИ.

70. Главные цели и задачи современной «прогностической» журналистики.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ И КУРСОВЫХ РАБОТ

Темы рефератов

1. Предвидение в журналистике.
2. Предвидение и его роль на различных этапах истории человечества.
3. Предвидение и футурология: общее и особенное
4. Псевдо- и квазипредвидение: сравнительный анализ
5. Проблемы сочетания рационального и интуитивного в социальном предвидении
6. Формы интуиции и их роль в социальном // журналистском предвидении.
7. Актуальные исторические события в аспекте социального // журналистского предвидения.
8. Научные основы социального прогнозирования: история и современность.
9. Основные результаты и перспективы деятельности Римского Клуба.
10. Социальная прогностика как наука.
11. «Метод Дельфи» и его роль в социальном // журналистском прогнозировании.
12. Эффект Эдипа: содержание и практика форм социального // журналистского прогнозирования.
13. Опыт разработки прогнозов в СМИ: -а) социально-экономических; -б) социально-экологических; -в) социально-демографических; -г) социально-политических; -д) культурологических.
14. Генезис идей социального проектирования.
15. Методологические основы социального проектирования в СМИ.
16. Метод брейнсторминга («мозгового штурма») и его роль в социальном // журналистском проектировании.
17. Матрица идей как метод социального проектирования в СМИ.
18. Аналогия как метод социального // журналистского проектирования.

19. Ассоциация как метод социального проектирования в СМИ.
20. Методологические и методические проблемы социального проектирования: -а) новых производств; -б) новых городов; -в) инноваций в СМИ.
21. Социальное и экономическое планирование: общее и особенное.
22. Теория и практика становления и развития социального планирования: -а) в СССР; -б) в Российской Федерации (1990-е – 2000-е г.г.).
23. Основные положения социального планирования городов.
24. Специфика социального планирования в производственных // журналистских организациях.
25. Социальное планирование в СМИ зарубежных стран: -а) в США; -б) Франции; -в) Швеции; -г) Японии; -д) КНР ...
26. Социальные показатели и их роль в совершенствовании планирования: аспект становления рыночной экономики в РФ.
27. Социальная карта региона как инструмент социального планирования в Приамурье.
28. История возникновения и развития в современном мире социальных технологий.
29. Особенности социальных технологий на различных уровнях социальной организации современного российского общества.
30. Общее и особенное в понятиях «социальная технология» и «социальная организация»: аспект развития рыночных производственных отношений в СМИ РФ.
31. Сущностные характеристики социальной технологии и технологичность процессов социального и государственного управления в современной России.
32. Место, роль и значение в структуре социального менеджмента СМИ в регионах современной РФ: -а) социального прогнозирования; -б) социального проектирования; -в) социального планирования; -г) применения инновационных социальных технологий.

33. Место, роль и значение конкретных социолого-прогностических исследований в развитии информационного рынка Амурской области РФ.

34. Методы социальной прогностики в деятельности современных СМИ.

Темы курсовых работ

1. Социальное прогнозирование и проектирование в системе управления экономикой современной России / Амурской области.

2. Социальное прогнозирование и проектирование в работе современного журналиста.

3. Теоретические основы социального прогнозирования и проектирования рыночных механизмов развития современной российской / приамурской социально-экономической // политической // информационной действительности.

4. Методы социального прогнозирования, проектирования, планирования элементов структуры информационного рынка Амурской области РФ.

5. Общегосударственное социально-экономическое // политическое прогнозирование в СМИ современной России и ее регионов.

6. Система регионального социального прогнозирования и проектирования в СМИ РФ: на начало XXI в.

7. Социальное прогнозирование, проектирование и планирование в СМИ в условиях развития рыночной экономики России регионов РФ.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Тематический план лекций и семинаров.....	6
Содержание курса.....	9
Список основной и дополнительной литературы к курсу	34
Основные понятия курса.....	38
Контрольные вопросы к экзамену (зачету).....	49
Темы рефератов и курсовых работ	54

Магницкий Юрий Георгиевич,
Доцент, кандидат философских наук

Методы социального прогнозирования в СМИ.

Учебно-методическое пособие

Изд-во АмГУ. Подписано к печати. Формат. Усл. Печ. л. Тираж.
Заказ.