

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Декан юридического факультета БГУ

_____ С.А. Балашенко

«28» июня 2013 г.

Регистрационный №УД- 9041/баз.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Учебная программа специализированного модуля

2013 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

Н.А.Антанович – кандидат политических наук, доцент кафедры политологии Белорусского государственного университета

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Л.Е. Криштапович – зам. директора Информационно-аналитического центра при Администрации Президента Республики Беларусь, доктор философских наук, профессор

Н.П. Денисюк – кандидат философских наук, доцент кафедры политологии Белорусского государственного университета

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой политологии юридического факультета
(протокол № 11 от 31.05.2013 г.);

Учебно-методической комиссией юридического факультета Белгосуниверситета
(протокол №6 от 28.06.2013 г.)

Ответственный за выпуск: Н.А.Антанович

Пояснительная записка

Функционирование современных политических систем сложно представить без развитой сети коммуникаций. Изучение политической сферы невозможно без учета коммуникативных факторов, которые являются связующим звеном политической системы и выступают условием существования современной политики.

Основной целью курса «Политическая коммуникация» является анализ теоретических концепций и моделей политической коммуникации, обеспечивающей взаимодействие субъектов политики, направленных на получение, сохранение или изменение существующих властно-управленческих отношений. В рамках курса будут изучены теоретические и практические аспекты политической коммуникации.

Основные цели преподавания дисциплины:

- исследование основных тенденций в развитии теоретических концепций и прикладных моделей политико-коммуникационных процессов;
- анализ базовых моделей политической коммуникации, отображающих содержание процессов информационного воздействия и взаимодействия в политической сфере;
- выявление общих и специфических черт политико-коммуникационных кампаний;
- раскрытие основных тенденций развития политической коммуникации с учетом развития Интернета.

Задачами изучения дисциплины являются:

- усвоение основных понятий современной теории коммуникации;
- раскрытие содержания подходов к анализу политической коммуникации;
- формирование навыков анализа коммуникационных процессов в области политики;
- усвоение основных технологий информационного воздействия в социально-политических системах и переговорных стратегий в сфере урегулирования политических конфликтов;
- формирование навыков организации и планирования информационно-коммуникационных стратегий субъектов политики.

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- категориальный аппарат коммуникативистики;
- особенности научных подходов к анализу политической коммуникации;
- механизмы коммуникационного воздействия на социальные и политические процессы в современном обществе;
- приемы анализа политического языка и политических текстов.

Студент должен уметь:

- применять методы политического позиционирования бизнес-структур, СМИ и других участников политического процесса;
- разрабатывать информационно-коммуникативные технологии для поддержки и сопровождения деятельности государственных организаций, политических партий и общественно-политических объединений, органов местного самоуправления;
- использовать знания в организации переговорного процесса и в рамках антикризисного менеджмента;
- рационально организовать и планировать свою деятельность, применять полученные знания для формирования собственной жизненной стратегии;

Учебная программа предусматривает 34 аудиторных часов, в том числе: 22 часа – лекционных, 10 часов семинарских занятий, 2 часа – контроля самостоятельной работы студента. Итоговый контроль осуществляется в форме зачета.

В числе современных инновационных образовательных систем и технологий следует выделить: вариативные модели управляемой самостоятельной деятельности студентов; блочно-модульные, модульно-рейтинговые системы; информационные технологии; методики активного обучения.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

курса

«Политическая коммуникация»

№ п/п	Название темы	Количество часов			
		лекции	семинары	УСР	Самостоятельная работа
1	Политическая коммуникация: сущность и функции	2			2
2	Информационно-коммуникационные системы в пространстве политики. Роль СМИ и СМК в современном коммуникативном пространстве политики	2	1		4
3	Управление мотивацией в процессе политической коммуникации.	2	1		4
4	Технологии информационного воздействия в социально-политических системах (мобилизационные и маркетинговые технологии) политический PR	2	2		4
5	Технологии информационного воздействия в социально-политических системах (маркетинговые технологии: политическая реклама и имиджмейкинг)	4	2		4
6	Электронное правительство. GR- связи с правительством: сущность и технологии. Лоббизм	2		2	4
7	Язык и политика: теоретические и прикладные аспекты взаимодействия. Политическая лингвистика: сущность и основные направления исследований	4	2		4
8	Переговорный процесс. Приемы риторики в переговорном процессе	2	1		4
9	Конфликтологические ресурсы в политической коммуникации	2	1		4
		22	10	2	38

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Политическая коммуникация: сущность и функции

Предмет, цель и задачи учебного курса «Политическая коммуникация». Политика как сфера деятельности и форма организации отношений, взаимодействия, коммуникации между людьми.

Соотношение понятий «коммуникация», «политика», «массовая коммуникация» и «политическая коммуникация». Понятие политической коммуникации, ее сущность и структура. Основные каналы и институты политической коммуникации. Роль политической коммуникации в общественном развитии. Власть и политика в эпоху медиакратии.

Понятие «политическая информация». Каналы распространения политически значимой информации.

Теории политической коммуникации. «Теория пули» Г. Лассуэлла. Двухступенчатая модель коммуникационного воздействия П.Лазарсфельда, Б.Берельсона. Концепция «установки повестки дня». Теория «спирали молчания» Э.Ноэль-Нойман.

Принцип обратной связи в политической коммуникации. Проблема искажения сообщений: модель К. Шеннона и У.Уивера. Возможности и пределы коммуникационно-кибернетического моделирования политических процессов.

2. Информационно-коммуникационные системы в пространстве политики.

Роль СМИ и СМК в современном коммуникативном пространстве политики

Массовая информационно-коммуникационная система (ИКС).

Информационное политическое пространство и информационное поле.

Сущность и типология информационно-коммуникационных полей и пространств. Свойства информационного пространства. Информационное пространство как объект управления в системе государственной политики.

Исторические формы информационно-коммуникативных пространств. Модели регулирования информационного пространства.

СМИ: характеристика и функции. СМИ как канал политической коммуникации. Политическое влияние СМИ.

Контроль над средствами политической коммуникации как ресурс политической власти. Содержательная, организационная и процессуальная стороны взаимодействия органов государственной власти со СМИ.

Характер взаимодействия государства и СМИ. Правовое регулирование СМИ. Развитие СМИ в Республике Беларусь.

3. Управление мотивацией в процессе политической коммуникации

Понятие мотивации. Внешняя и внутренняя, позитивная и негативная формы мотивации. Теории мотивации политического действия: теория потребностей, ситуативная и диспозиционная.

Задачи управления коммуникацией как процессом. Модель коммуникативного взаимодействия. Когнитивная модель мотивации политического действия: поступление информации, внимание, принятие информации, определение ситуации, осознание мотива, постановка цели, выбор средств, политическое действие. Убеждающая коммуникация.

Осознание, определение, уточнение информации. Кодировка информации. Выбор канала передачи информации. "Информационный шум".

Ограничения в управлении мотивацией политического действия. Управление мотивацией и манипуляция.

4. Технологии информационного воздействия в социально-политических системах (мобилизационные и маркетинговые технологии) политической PR

Понятие и классификация информационно-коммуникативных технологий. Владение информацией как политический и управленческий ресурс. Технологизация и маркетингизация современной политики. Информационно-коммуникативные технологии (ИКТ) как

воздействие на большие (структурированные и неструктурированные) группы людей с целью модификации их сознания и поведения. Мобилизационные и маркетинговые технологии. Современные ИКТ и проблема прав человека.

Политический маркетинг в процессах коммуникации. Приемы сегментации и позиционирования.

Связи с общественностью – Public Relations («политический PR»). «Политический PR» как совокупность управленческих действий, направленных на создание благоприятной для субъекта управления информационной среды. Альтруистический, прагматический и компромиссный подходы к PR.

Модели PR-коммуникации: модель пресс-агентства, модель информирования общественности, модель двусторонней асимметричной коммуникации, модель двусторонней (симметричной) коммуникации.

«Массовый разговор»: слухи, сплетни, анекдоты как форма сетевых коммуникаций.

5. Технологии информационного воздействия в социально-политических системах (маркетинговые технологии: политическая реклама и имиджмейкинг)

Понятие и виды политической рекламы. История становления политической рекламы. Классификация политической рекламы по различным основаниям. Правовое регулирование политической рекламы. Функции политической рекламы: информационная, убеждающая, регулятивная,

Приемы построения политической рекламы. Слоган к политической рекламе. Контрреклама. Прямая, косвенная и скрытая виды рекламы.

Имиджмейкинг. Определение имиджа. Методика «идеального портрета» в построении имиджа. Типология имиджей. Технологии создания и защиты имиджа.

Интегрированные коммуникации и массмедиа.

6. Электронное правительство. GR-связи с правительством: сущность и технологии

Понятия «электронное правительство» (электронное управление) и «электронная демократия». Информационные технологии и PR в государственном управлении.

Government relations (GR) – "связи с государством", «связи с органами государственной власти». Особенности технологии связей с государством. PR – GR – общее и особенности. GR и лоббистская деятельность. GR и корпоративный имидж фирмы. GR и репутационный менеджмент.

Информационные технологии в лоббистской деятельности.

Политические Интернет-технологии. Интернет-технологии в деятельности политических партий и общественных объединений.

Аудитория Интернет. Коммуникации с целевыми аудиториями в сети. СМИ в Интернет. Сетевые СМИ. Информационные войны и информационная безопасность.

7. Язык и политика: теоретические и прикладные аспекты взаимодействия

Политический язык как система коммуникативных средств кодирования политической информации, стимулирования политических действий и управления ими. Язык как средство политической коммуникации и инструмент политической борьбы.

«Политический язык» и «язык политики». Язык как объект политики. «Языковая политика».

Языковые стили, используемые в политическом управлении: апеллирующий язык, юридический язык, бюрократический, язык переговоров.

Политическая лингвистика: сущность и основные направления исследований. Дж. Оруэлл и исследования «новойзы». Изучение коммуникативной практики (Т. ван Дейк, Й. Хейзинга, Н. Хомский). Критический дискурс-анализ (Н. Фрэнкло, Р. Водак, П. Чилтон, Г. Кресс). Постмодернистский этап развития политической лингвистики (Э. Лакло, Ш. Муфф, С. Жижек). Политический дискурс в трактовке Ю. Хабермаса. Российский опыт исследования

политической лингвистики (А.Н.Баранов, П.Б.Паршин, А.П.Чудинов). Белорусские исследования дискурса. Исследование жанров и стилей политического языка. Приемы риторики в публичной речи.

8. Переговорный процесс

Переговоры как научная и практическая проблема. Теоретические работы по переговорному процессу. Структура и функции переговоров. Переговоры в условиях конфликта, в условиях сотрудничества, в условиях «поиска союзников».

Модели переговорного процесса (концепция торга и концепция игры). Фазы и процесс проведения политических переговоров. Национальные стили ведения переговоров. Связи с общественностью в ходе переговоров.

9. Конфликтологические ресурсы в политической коммуникации

Особенности политического конфликта. Этапы развития политического конфликта. Политические оппоненты.

Управление конфликтами. Основные методы управления конфликтами: внутриличностные, структурные, межличностные, переговоры, ответные агрессивные действия. Пути и политические средства урегулирования политических конфликтов.

Основные тактики разрешения политических конфликтов: "уход от конфликтной ситуации", "переговоры", "демонстрация усиления собственных ресурсов", "выжидание", "риск", "принуждение".

Антикризисный менеджмент как вид деятельности по преодолению кризисного состояния. Типология кризисов организаций. Цели, задачи и функции антикризисного менеджмента. Специфика развития кризисной ситуации в контроле над ней.

Информационно-методическая часть

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.). – Минск: Амалфея, 2005. – 48 с.
2. Послание Президента белорусскому народу и Национальному собранию от 8 мая 2012 «Белорусский путь: патриотизм, интеллект, прогресс» // СБ: Беларусь сегодня. [Электронный ресурс.] – Режим доступа: <http://www.sb.by/post/130451/>
3. Послание Президента белорусскому народу и Национальному собранию от 19.04.2013 «Обновление страны — путь к успеху и процветанию» // [Электронный ресурс.] – Режим доступа: <http://president.gov.by/press143813.html>
4. Вершинин, М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе / М.С.Вершинин. - СПб. : Михайлов, 2001. - 252 с.
5. Коммуникация: теория, методы исследования, технологии. Учебное пособие. Вашкевич В.Р., Терещенко О.В., Бурина И.Ф., Дованр Н.Н., Мазаник М.Н. и др. – Мн.: РИВШ БГУ, 2004. – 271 с.
6. Ткачева, Н.Г. Связи с общественностью: подготовка и проведение семинарских / Н.Г. Ткачева.- Иркутск: Иркут. ун-т, 2006. - 277 с.

Дополнительная

7. Адамьянц, Т.З. Социальные коммуникации: Учебное пособие для вузов - М.: Дрофа. 2009. - 204 с.
8. Березин, В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. Сер.: Практическая журналистика. М.: РИП-холдинг, 2003. // Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text7/62.htm>
9. Бондарь, Ю. П. Политическая наука и общество: тенденции и закономерности эволюции в условиях демократического транзита / Ю. П. Бондарь; - Минск : БГУКИ, 2012. - 367 с.
10. Будаев, Э. В. Современная политическая лингвистика. / Будаев Э. В., Чудинов А. П. Екатеринбург: УрГПУ, 2006. – 267 с.
11. Василик, М.А. Основы теории коммуникации / М.А. Василик. - СПб.: Издательство "Гардарики", 2007. - 615 с.
12. Василенко, И.А. Политические переговоры : учебное пособие / И. А. Василенко. - Москва : ИНФРА-М, 2010. - 394 с.
13. Воробьев В. П. Информационное поле Беларуси: Социально-политический анализ. – Мн.: Изд. центр БГУ, 2003. – 136 с. (в соавт.)
14. Глаголева, Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование. – Ростов-на-Дону: Феникс. - 2009. - 250 с.
15. Гнатюк, О.Л. Из истории американской коммуникологии и коммуникативистики: Гарольд Лассуэлл (1902-1978) // Актуальные проблемы теории коммуникации. Сб. науч. Трудов. – СПб. - Изд-во СПб ГПУ, 2004. - с. 11-20.
16. Грачев, М.Н. Микроуровневые теории политико-коммуникационных процессов в американской политической науке XX века // Вестник РУДН. Сер. Политология. - 2004. - №1 (5). - с.89-96.
17. Грачев, М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития / М. Н. Грачев. – М.: Прометей, 2004. – 328 с. [Электронный ресурс.] – Режим доступа: http://grachev62.narod.ru/Grachev/n56_04_15.htm
18. Дьякова, Е.Г. Политологическая рефлексия над политематической научной дисциплиной: политология и теории массовой коммуникации / Е.Г. Дьякова // Полис. 2006. - №4. - с.17-25.
19. Кастельс, М. Становление общества сетевых структур [Электронный ресурс.] – Режим доступа: http://ir-mp.narod.ru/books/inozemcev/page_1492.html

20. Кокшарова, А. Политическая коммуникация как фактор публичной политики // Власть. - 2009. - №7. - С.63-65.
21. Кузнецов, Н. В. Информационно-политические технологии / Н. В. Кузнецов. - Минск : Право и экономика, 2010. - 426 с.
22. Купчинова, Т. В. Конструирование социальной проблемы в печатных СМИ. / Елсукова Н.А., Купчинова Т.В., Рябая Г.С. // Социология. 2010. - №1.- С. 119-126.
23. Лассвелл, Г.Д. Применение данных контент-анализа при изучении социальных перемен // Политическая лингвистика. 2011. № 3.
24. Литовченко, М. А. Особенности языковых функций в рамках политической коммуникации / М.А. Литовченко// Политическое управление. Электронный науч. информационно-образоват. журнал. – 2012. - № 2. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.pu.virmk.ru/arhiv/2012/02/Litovchenko.htm - Дата доступа: 13.04. 2013.
25. Ляпина, Т.В. Политические коммуникации : PR. Реклама / Т.В.Ляпина. - Киев : Ассоц. "Укрреклама", 2001. - 220 с.
26. Назаров, М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М.М. Назаров. - М.: Аванти плюс, 2003. - 428 с.
27. О рекламе: Закон Республики Беларусь, 10 мая 2007г., № 225-3 // Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/webnpa/text.asp?RN=H10700225>
28. О СМИ: Закон Республики Беларусь, 2008 // <http://www.mininform.gov.by/documentation/>
29. Ольшанский, Д.В. Политический PR / Д.В. Ольшанский. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.
30. Осокина, Е.А. Влияние американских СМИ на массовое сознание (на примере конфликтов США с Ираком в 1990-1991 и 2002-2003 годах) // Полис. - 2008. - №1 - с.50-60.
31. Слука, О.Г. СМИ Беларуси в условиях строительства социально-ориентированной экономики. - Мн., 2011.
32. Соловьев, А. И. Политология: Политическая теория и политические технологии / А.И.Соловьев. – М. : АспектПресс, 2005. – 559 с.
33. Соловьев, А.И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации / А.И. Соловьев // Полис. – 2002. – № 3. – С. 5–18.
34. Тимофеева, Л.Н. Политическая коммуникативистика: проблемы становления // Полис. - 2009. - №5. - С.41 - 54.
35. Тихонова, С.В. Коммуникационная революция сегодня: информация и сеть / С.В. Тихонова // Полис. 2007. - №3. - С.53-64.
36. Языковые средства конструирования имиджа субъекта в политической коммуникации / Л. И. Гришаева. - Воронеж, 2009. - 319 с.
37. Шахновский, А.Л. Политическая реклама как составная часть политических технологий: терминологический аспект / А.Л. Шахновский // Вестник МГОУ [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: http://vestnik-mgou.ru/web/library/files/incoming/2/2013/1/_057-062.pdf. – Дата доступа: 04.05.2013.
38. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством : учебное пособие / под ред. Л. В. Сморгунова и Л.Н. Тимофеевой. – М. : РОССПЭН, 2012. - 406 с.
39. Черных, А.И. Власть и политика в эпоху медиадемократии / А. И. Черных. – М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 72 с.

Интернет-источники:

<http://www.president.gov.by/> Интернет-портал Президента Республики Беларусь
<http://www.government.by/> Правительство Республики Беларусь
<http://www.mfa.gov.by/> Министерство иностранных дел
<http://www.nlb.by/> Национальная библиотека Республики Беларусь
<http://journals.uspu.ru/politicheskaya-lingvistika> - журнал «Политическая лингвистика»

Тематика семинарских занятий

1. Информационно-коммуникационные системы в пространстве политики. Управление мотивацией в процессе политической коммуникации.
2. Технологии информационного воздействия в социально-политических системах (мобилизационные и маркетинговые технологии) политической PR.
3. Технологии информационного воздействия в социально-политических системах (маркетинговые технологии: политическая реклама и имиджмейкинг).
4. Язык и политика: теоретические и прикладные аспекты взаимодействия. Политическая лингвистика: сущность и основные направления исследований.
6. Переговорный процесс. Приемы риторики в переговорном процессе. Конфликтологические ресурсы в политической коммуникации.

Управляемая самостоятельная работа студентов

Электронное правительство. GR- связи с правительством: сущность и технологии. 2 ч.

Понятия «электронное правительство» (электронное управление) и «электронная демократия».

Информационные технологии и PR в государственном управлении. Government relations (GR) – «связи с государством».

GR и лоббистская деятельность. GR и корпоративный имидж фирмы. GR и репутационный менеджмент.

Информационные технологии в лоббистской деятельности.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов реализуется в разных видах. Она включает подготовку студентов к практическим занятиям. Для этого студент изучает лекции преподавателя, нормативную, основную, дополнительную литературу, журнальные и газетные публикации, Интернет-ресурсы, рекомендованные в разделе «Литература». Самостоятельная работа предусматривает также решение во внеучебное время практических заданий. К самостоятельной работе студента относится подготовка к зачету. Обязательным является подготовка студентом в течение семестра реферата по теме УСР.

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудиторные занятия по дисциплине «Протокол и этикет международного общения» проходят в аудиториях, оборудованных мультимедийными средствами обучения.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

1. Примеры тестовых заданий

Сторонники диспозиционных теорий объясняют политическое поведение

- А. устойчивостью личностных черт, формирующих предрасположенность к определенным видам социальных и политических действий
- Б. устойчивостью потребностей, как особого внутреннего состояния
- В. внешними стимулами, которые провоцируют индивида на то или иное действие.
- Г. Диспозицией политических игроков

Мыслительный процесс, при помощи которого индивид с учетом новой информации оценивает внешние обстоятельства и соотносит их с представлениями о самом себе

- А. выбор средств
- Б. постановка цели
- В. Определение ситуации
- Г. Политическое действие

Процесс «укладывания» поступающей информации в смысловые рамки сознания

- А. определение ситуации
- Б. Категоризация
- В. атрибуция
- Г. Когнитивный диссонанс

Способ реализации интересов участников политических событий, это также средство разрешения конфликтных политических ситуаций это –

- А. административное решение
- Б. политическое решение
- В. политическое действие
- Г. Манипуляция

Модель коммуникативного взаимодействия – это процесс

- А. сокрытия истинных целей, намерений коммуникатора
- Б. непрерывный обмен информацией
- В. передачи информации от источника информации к ее получателю
- Г. процесс приумножения информации в социуме

Создание коммуникационных шумов – это деятельность по

- А. организации субъектом управления процесса получения информации о настроениях, политических симпатиях, установках граждан
- Б. организации подготовки докладов и сообщений, рекламных роликов и газетных публикаций, программных заявлений и обращений к населению.
- В. организации передачи информации реципиенту
- Г. снижению эффективности коммуникативного воздействия

2 Вопросы по курсу «Политическая коммуникация»

1. Политика и коммуникация, пути взаимодействия, общие и особенные черты, способы воздействия на массы. Цель и задачи курса «Политическая коммуникация».
2. Понятие и основные теории массовой коммуникации.
3. Политическая коммуникация: сущность и функции.
4. Теории политической коммуникации.
5. Массовая информационно-коммуникационная система в пространстве политики. Информационное пространство и информационные поля.
6. СМИ: характеристика и функции. СМИ как канал политической коммуникации. Политическое влияние СМИ.
7. Управление мотивацией в процессе политической коммуникации. Убеждающая коммуникация.
8. Технологии информационного воздействия в социально-политических системах: мобилизационные и маркетинговые коммуникации.
9. Связи с общественностью в коммуникативном пространстве политики.
10. Технологии политической рекламы.
11. Имиджмейкинг как политическая технология.
12. Интегрированные коммуникации в системе современных политических коммуникаций.
13. Политическая лингвистика: сущность и основные направления исследований.
14. Язык и политика: теоретические и прикладные аспекты взаимодействия.
15. Языковые стили, используемые в политическом управлении.
16. Переговоры как научная и практическая проблема. Исследования переговорного процесса.
17. Переговорные стратегии, их разработка и применение на практике.
18. Приемы риторики в переговорном процессе.
19. Электронное правительство и электронная демократия.
20. GR-связи с правительством: сущность и технологии.
21. Конфликтологические ресурсы в политической коммуникации. Антикризисный менеджмент в сфере политики.

3 Темы рефератов

Генезис и развитие концепции политической коммуникации.

Политика и политическая деятельность: информационно-коммуникационное измерение.

Информационно-коммуникативные системы в политике.

Эволюция форм политической коммуникации: от «униполярной» модели до интерактивных процессов.

Стратегические политико-коммуникационные кампании.

Эволюция стратегий общественных связей: интегрированные коммуникации.

Проблемы эффективности информационного воздействия в неконкурентной и конкурентной коммуникационной среде.

Модели формирования медиа-образа социально-политической действительности.

Особенности использования Интернет-коммуникации в политической сфере.

«Электронная демократия»: концепция и политическая практика.

Технологии «электронного правительства».

Метафоры как средство категоризации в политическом дискурсе.

Политические концепты в художественной литературе.

Политический дискурс в виртуальной среде.

Политические программы партий как политический текст.

Оппозиция «свой-чужой» в политическом дискурсе.

Политкорректность в современных политических диалогах.

Роль общественно-политической терминологии в концептуализации мира.

Имиджмейкинг как политическая технология.

Связи с общественностью в коммуникативном пространстве политики.