

**Аннотация к рабочей программе**  
**дисциплины Б1.В.ДЭ.01.01.01 GR и политические коммуникации**  
*(заполняется в соответствии с учебным планом и рабочей программой дисциплины)*

**Направление подготовки:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль):**

**Квалификация выпускника:** бакалавр

**Цель освоения дисциплины:** ознакомление бакалавров с теорией массовой политической коммуникации, в том числе в госструктурах, как видом деятельности и социальным процессом.

**Объем дисциплины:** 8 (288 час.)

**Семестр:** 7

**Краткое содержание основных разделов дисциплины:**

Раздел 1. Предмет и базовые аспекты теории GR и политической коммуникации

Тема 1.1. Политическая коммуникация: понятие, сущность, основные направления, типологизация. Исторические вехи возникновения политической коммуникации. Массовая и межличностная политическая коммуникация. Методологический аспект. Основные значения политической коммуникации.

Тема 1.2. Микроуровневые теории GR и политических коммуникаций. Коммуникативный процесс: составные части. Представление о политической коммуникации как о процессе и структуре. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации.

Тема 1.3. Системно-кибернетическая макроуровневая теория GR и политической коммуникации. Коммуникативный акт и его составные элементы: адресант (коммуникатор), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал. Аудитория коммуникации: объективные и субъективные характеристики, Факторы и барьеры коммуникации: психологические, языковые, социальные.

Тема 1.4. Средства массовой коммуникации. Первое направление изучения политических коммуникаций («довоенные теории»). Важное место здесь занимают труды Огюста Конта, Герберта Спенсера, Фердинанда Тенниса и Эмиля Дюркгейма, которые поставили во главу угла концепцию массы как формы обезличенных отношений. Масс-медиа как мощный инструмент манипулирования людьми.

Тема 1.5. Теория пропаганды Гарольда Лассуэлла, Уолтера Липманна и Джона Дьюи. (теория «магической пули» (magic bullet theory), теорией медиаманипулирования). Второе направление изучения политических коммуникаций (послевоенные теории). Теория ограниченных (минимальных) эффектов П. Лазарсфельда. Теория когнитивного диссонанса Леона Фестингера.

Раздел 2. Политика и политическая деятельность: информационно-коммуникационный аспект

Тема 2.1. Коммуникация как атрибут политической деятельности. Политика, власть и политическая система: коммуникационные аспекты. Средства коммуникации как инструмент преобразования социально-политической системы.

Тема 2.2. Власть как форма политической коммуникации. Политическая система общества: коммуникационное определение. Функциональный анализ и компонентный состав политической системы. Эффективность политической коммуникации. Методы исследования и анализа коммуникации.

Тема 2.3. Субъекты политики. Политический актор. Социальная информация и управление обществом. Средства коммуникации в процессе социально-политической деятельности. Новый характер публичности политики в условиях становящегося информационного общества. «Медиа-империализм», «культурный империализм» и «информационно-финансовый тоталитаризм».

Тема 2.4. Коммуникация как атрибут политической деятельности. Политика, власть и политическая система: коммуникационные аспекты. Власть как форма политической коммуникации. Политическая система общества: коммуникационное определение. Функциональный анализ и компонентный состав политической системы. Субъекты политики. Политический актор. Социальная информация и управление обществом.

Раздел 3. Аудитория как объект направленного информационного воздействия: возможности и пределы политической социализации

Тема 3.1. Аудитория как объект направленного информационного воздействия: возможности и пределы политической социализации. Обратная связь: СМК в поле действия социально-политических сил. Политико-коммуникационные процессы. Электоральные коммуникации.

Тема 3.2. Формирование и изменение политических установок личности как результат неоднократного, распределенного во времени воздействия распространяемых сообщений на сознание индивида. концепции «культуривационного анализа». Тема 3.3.

Тема 3.3. Гипотеза «установления повестки дня». «Ритуально-потребительская» интерпретация процесса взаимодействия аудитории с коммуникационными каналами. исследования Ш. Айенгара и Д. Киндера.

Тема 3.4. Модель кампании С. Чаффи и Ч. Роузер – обобщенная модель процесса достижения кумулятивного коммуникационного эффекта посредством распространения повторяющихся и дополняющих друг друга сообщений.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.