

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

---

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС

Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

# **ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ В РОССИИ**

(Б1.В.ДВ.5.2)

**краткое наименование дисциплины - Полит.коммуникации**

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в  
публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр

форма обучения: очная, заочная

Год набора – 2020

**Автор – составитель:**

к.полит.н. доцент кафедры ПНиТ

А.М. Барсуков

Новосибирск, 2019

## **1. Цель освоения дисциплины:**

Сформировать следующие компетенции в области рекламы и связей с общественностью:

ПК-6 - способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

## **2. План курса:**

### **Раздел 1. Политические коммуникации: методологический аспект**

#### **Тема 1.1. Теоретико–методологические основы изучения политической коммуникации**

Информация, коммуникация, сообщение, текст. Природа и строение информационно–политической сферы общественной жизни. Предмет, объект политической коммуникативистики, ее методы и функции. Основные научные подходы к пониманию политической коммуникации. Подходы к пониманию политической коммуникации. Модели политической коммуникации. Сущность и признаки политической коммуникации. Соотношение между политической и массовой коммуникацией. Факторы политических коммуникаций. Типология политических коммуникаций.

#### **Тема 1.2. Информационно–коммуникативные процессы в сфере политики**

Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции. Уровни политической коммуникации. Виды политической коммуникации. Личность как субъект политической коммуникации. Формы участия личности в политической деятельности. 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.

#### **Тема 1.3. Государственная информационная политика**

Понятие и сущность государственной информационной политики. Концептуальные принципы формирования государственной информационной политики. Структура и элементы государственной информационной политики. Стратегии и технологии государственной информационной политики. Российская государственная информационная политика. Информационные кампании. Государство и медиаструктуры в

условиях демократии. Государство как важнейший субъект на информационном рынке. Сущность государственной информационной политики. Критерии выработки информационной политики государства.

#### **Тема 1.4. Лоббистские группы в процессе политической коммуникации**

Коммуникативные стратегии партий: цели, целевые аудитории, каналы, сообщения, коммуникативные средства. Виды коммуникативных стратегий партий. Корпоративный партийный сайт и блог. Партийная газета. Партийные коммуникативные акции и интеракции: съезд, информационно-коммуникационные кампании, митинги, демонстрации, пикеты. Взаимодействие партий и СМИ. Особенности, средства и технологии в лоббистской коммуникации. Коммуникативные стратегии лидеров: цели, целевые аудитории, каналы, сообщения, коммуникативные средства. Виды лидерских коммуникативных стратегий.

#### **Тема 1.5. Политика государства в области информационной безопасности**

Причины и факторы усиления внимания к проблемам информационной безопасности в России. Моделирование государственной политики в области информационной безопасности. Информационные угрозы и национальные интересы. Механизмы нарушения информационной безопасности государства. Основные направления обеспечения информационной безопасности государств. Глобализация и защита национальных интересов России в СМИ.

### **Раздел 2. Коммуникативные технологии в политике**

#### **Тема 2.1. Технологии и способы продвижения информации в политической коммуникации**

Понятие коммуникативных технологий. Виды коммуникативных технологий. Политическая агитация как технология: сущность, особенности, функции. Политическая пропаганда как технология: сущность, приемы, способы воздействия на сознание и поведение. Политическая реклама: сущность, особенности, функции, виды, способы оказания воздействия. Политический пиар: понятие, характеристики, средства, приемы, задачи. Политический имиджмейкинг: понятие, характеристики, средства, приемы, функции. Понятие имиджа. Структура имиджа лидера, организации, страны. Способы и этапы формирования имиджа. Типология имиджей. Политический маркетинг: концепции и технологии.

#### **Тема 2.2. Средства массовой информации как инструмент политической коммуникации**

Функции СМИ. Стиль деятельности современных СМИ. Основные модели взаимодействия СМИ с государством. Проблемы экономической и

политической свободы СМИ в переходных обществах. Политическая цензура и гражданский контроль за деятельностью СМИ. Виды эффективности СМИ (социально–политические, корпоративные, внутриорганизационные). Политическая деятельность медиа–холдингов в России. Специфика деятельности основных СМИ. Аудитория как объект направленного информационного воздействия: возможности и пределы политической социализации. Обратная связь: СМИ в поле действия социально–политических сил.

### **Тема 2.3. Политический дискурс и способы его организации**

Понятие дискурса. Теория дискурса: ее основное содержание. Дискурс как искусство управления процессом коммуникации. Дискурс как коммуникативное событие. Диалогизм – принцип любого высказывания. Виды дискурсов: политические дискурсы (дискурсы демократии, авторитаризма, популизма, гражданственности, парламентаризма, расизма и др.), медиадискурсы (PR–дискурс, ТВ–дискурс, дискурс рекламы и др.), дискурсы идентичности (национальной, наднациональной, региональной и др.) и др.

### **Тема 2.4. Практики поддержания политического дискурса**

Коммуникативные события. Информационные поводы. Понятие информационной кампании. Структура информационной кампании. Модель информационной кампании. Виды информационных кампаний. Информационные войны. Субъекты избирательной кампании. Средства поддержания политического дискурса в избирательной кампании: агитационные, пропагандистские, рекламные, имиджевые, маркетинговые. Стратегия и тактика избирательной кампании. Проектирование избирательной кампании. Использование СМИ в избирательной кампании. Интернет–коммуникации в избирательной кампании

### **Тема 2.5. Эффективность политических коммуникаций**

Понятие эффективности коммуникаций. Характеристики эффективности СМИ. Методы исследования и анализа политических коммуникаций. Понятие контент–анализа.

## **3. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации**

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
<b>Раздел 1. Политические коммуникации: методологический аспект</b>	
Тема 1.1. Теоретико–методологические основы изучения политической коммуникации	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2. Информационно–коммуникативные процессы в сфере политики	Написание эссе

Тема 1.3. Государственная информационная политика	Устные ответы на вопросы
Тема 1.4. Лоббистские группы в процессе политической коммуникации	Написание доклада
Тема 1.5. Политика государства в области информационной безопасности	Ответы на вопросы тестирования
<b>Раздел 2. Коммуникативные технологии в политике</b>	
Тема 2.1. Технологии и способы продвижения информации в политической коммуникации	Написание доклада
Тема 2.2. Средства массовой информации как инструмент политической коммуникации	Написание эссе
Тема 2.3. Политический дискурс и способы его организации	Устные ответы на вопросы
Тема 2.4. Практики поддержания политического дискурса	Устные ответы на вопросы
Тема 2.5. Эффективность политических коммуникаций	Написание контрольной работы

Форма промежуточной аттестации: **зачет**.

#### **4. Основная литература**

1. Гаврилова, М.В. Политическая коммуникация XX века [Электронный ресурс]: учеб. пособие / М.В.Гаврилова. – Электрон. дан. - Санкт-Петербург. : Изд-во Невского ин-та языка и культуры, 2008. - 92 с. – Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=137744, требуется авторизация (дата обращения 15.08.2016). – Загл. с экрана.

2. Гринберг, Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама: учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. - Изд. 2-е, испр. - Москва: Аспект Пресс, 2012. – 280 с. – То же [Электронный ресурс]. – Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа :<http://www.iprbookshop.ru/9021>, требуется авторизация (дата обращения : 15.08.2016). – Загл. с экрана.