

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Политический PR»

Автор:

Старший преподаватель кафедры интегрированных коммуникаций.

Богуславский Сергей Михайлович

Код и наименование направления подготовки, профиля: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Диджитал реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать знания, умения и навыки в рамках осваемых ключевых компетенций в соответствии с матрицей и паспортами компетенций ОП ВО, необходимых для будущей профессиональной деятельности работника сферы рекламы и связей с общественностью; сформировать умения для самостоятельной работы, научить обучающихся профессиональному подходу к изучению дисциплины; правильной самоорганизации учебного процесса и во внеучебной деятельности

Содержание дисциплины

Тема 1. Информационное общество. Коммуникация как предмет исследования

Историческая эволюция информационной сферы. Социальные, политические и управленческие последствия информационных революций. Развитие инфосферы в условиях становления информационного общества. Информационное общество: понятие и признаки. Международный опыт перехода к информационному обществу. Роль рынка в развитии коммуникаций. Понятие «информационного рынка». Россия и информационное общество: проблемы и перспективы. Обыденное и научное понимание коммуникации. Проблема смысла. Проблема понимания. Текст как коммуникативная единица информационных обменов. Коммуникационные действия и их формы. Виды, уровни и формы коммуникационной деятельности. Система социально-коммуникационных наук. Коммуникационные каналы и их разновидности. Общение как социально-психологическая и коммуникационная категория. Устная коммуникация. Схема устной коммуникации. Функции естественного языка и речи. Коммуникационные барьеры. Документная коммуникация. Электронная коммуникация.

Тема 2. Политические коммуникации как специальная отрасль политологии

Предмет политической коммуникации. Основные понятия политической коммуникации: коммуникация, политика, власть, политическая коммуникация, социально-политические технологии, субъекты формы политической коммуникации. Информационно-коммуникативные процессы в политическом пространстве. Основные теоретические подходы к анализу информационно-коммуникативных процессов (К.Ясперс. Ю.Хабермас, Н.Луман. А.Шютц, Э.Гоффман, Ф. Де Сесюр). Природа и виды информационно-коммуникативных политических процессов. Информация как

политический ресурс. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции. Уровни политической коммуникации: вертикальная и горизонтальная. Виды политической коммуникации непосредственная и опосредованная, аудиальная, визуальная и аудиовизуальная, вербальная и невербальная. Личность как субъект политической коммуникации. Формы участия личности в политической деятельности. Политический лидер как субъект политической коммуникации. Государство, общественные организации и политические партии как субъекты политической коммуникации. Государственные институты как субъекты коммуникации. Методы изучения политической коммуникации.

Тема 3. Политическая инфосфера

Сущность и структура политической инфосферы. Политическая инфосфера и политический дискурс. Рационализация и символизация политической и управленческой информации. Вербальные и невербальные структуры в политическом информировании. Особенности информационно-коммуникативных процессов и технологий в условиях политических кризисов. Семантический, технический и инфлуентальный уровни информационно-коммуникативных процессов (Д.Томпсон). Специфика технических и социальных каналов и шумов. Социально и техникстски ориентированные трактовки современных преобразований информационно-коммуникативных процессов. Роль техники в современной политической коммуникации. Эволюция технических и кадровых структур политической коммуникации. Типология современных технических и технологических средств обеспечения информационного взаимодействия в политической сфере. Информационные параметры сферы политики в условиях постмодерна. Виртуализация пространства политики и политическая гиперреальность (Ж.Бодрийяр, М.Фуко, А.Бурдьё). Социальное проектирование и политическая инженерия в современном информационном пространстве. Сущность и типология информационно-коммуникативных политических систем (ИКС). Ролевая и функциональная специфика коммуникатора, коммуниканта и реципиента в ИКС. Основные разновидности информационно-коммуникативных взаимодействий в ИКС. Текст как коммуникативная единица информационных обменов. Информационно-коммуникативные системы в сфере государственного управления. Информационные элиты (дейтократия) и контрэлиты в государственном управлении. Международная и государственные информационно-коммуникативные политические системы. Основные тенденции развития информационно-коммуникативных систем в современном мире.

Тема 4. Массовая информационно-коммуникационная система

Понятие и отличительные свойства массовой информационно-коммуникативной системы (МИКС). Особый тип распространения информации в МИКС. Основные подходы к характеристике массовой информационно-коммуникационной политической системы и ее оценке. Структурно-функционалистские подходы к анализу массовой коммуникации (Г.Лассуэл, Ж.Блэк, Ч.Райт, Д.Маккуэй), конструктивистские (Р.Эрикссон) и культурологические подходы (Д.Кэйри). Циклы и стадии массовой коммуникации (Г.Лассуэл, Р.Якобсон, Ж.Фаже). Структура и функции массовой информационно-коммуникационной системы. Субъекты политической коммуникации их отличительные черты и возможности. Прямое и резонансное информирование. Отсроченная обратная связь в МИКС. Агрессивная коммуникативная среда. Критерии эффективности МИКС. Специфика государства как агента МИКС. Разновидности корпоративных агентов МИКС. Общественное мнение в системе массовой коммуникации. Сущность и отличительные черты общественного мнения. Структура и функции общественного мнения в МИКС. Уровни организации оценки общественностью политических событий. Формирование общественного мнения.

Тема 5. Средства массовой информации (СМИ) в системе массовой коммуникации

Сущность и отличительные черты СМИ (У.Липпман. П.Лазарсфельд. Кэмпбелл. Дж.Кланер, Б.Коэн). Теория речевых актов (Л.Витгенштейн). Пределы влияния СМИ на массовую аудиторию. Теория «общественного доступа». Место и роль СМИ в политических системах современных обществах. Роль СМИ в политической коммуникации. Демократия и медиакратия. Функции СМИ (информирования, презентации интересов, наркотизации и т.д.). Пара-социальные функции СМИ. Стиль деятельности (вещания) 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. Монополизация и демонаполизация рынка СМИ. Виды эффективности СМИ (социально-политические, корпоративные, внутриорганизационные). Роль политической журналистики в информационном пространстве. Структура СМИ. Отличительные особенности деятельности телеканалов общих интересов, общественного рыночного сектора, сектора частных предприятий, гражданского сектора, профессионального сектора (Дж.Куррап). Символизация и десимволизация информации СМИ в массовом сознании. Уровни восприятия массовой информации (А.Хараш). Факторы, влияющие на эффективность восприятия информации СМИ. Проблема эффективности СМИ. Особенность неиндивидуальных особенностей восприятия. Роль параметров текста. Влияние ситуативных факторов. Политическая деятельность медиа-холдингов в России. Специфика деятельности основных СМИ. Телевидение на политическом рынке: формы вещания, критерии эффективности, основные информационные технологии. Новостные стратегии. Особенности радиовещания в современных обществах. «Большая» и региональная пресса. Интернет в политике. Проблемы законодательного регулирования СМИ.

Тема 6. Политическая пропаганда Немаркетинговые и маркетинговые способы организации политического дискурса. Информационные цели и стратегии политических акторов. Сущность, структура и функции политической пропаганды. Теория пропаганды Х.Э.Креса, Н.Лайтесса. История эволюции политической пропаганды. Типология пропаганды. Отличительные черты пропаганды и контрпропаганды. Особенности пропагандистских информационных технологий. Особенности применения манипулятивных технологий обработки общественного мнения в структуре пропаганды. Приемы распространения и борьбы с дезинформацией. Информационное обеспечение политических провокаций. Современные особенности пропагандистских практик на информационном рынке. Технологии современной пропаганды. Приемы и методы пропагандистского воздействия: универсальное и специфическое. Специфика пропагандистских технологий. Создание сообщений в политической пропаганде. Место и роль агитации в политическом пространстве. Сущность и отличительные черты агитационного взаимодействия в информационном поле. Агитационные технологии. Технологии оперирования эмоциональными символами в структуре агитации. Техники и методики нейролингвистического программирования. Институциональные особенности позиционирования агитации и пропаганды в политической сфере.

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Тема (раздел)	Методы текущего
---------------	-----------------

	контроля успеваемости
Тема 1 Информационное общество. Коммуникация как предмет исследования	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study
Тема 2 Политические коммуникации как специальная отрасль политологии	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study
Тема 3 Политическая инфосфера	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study
Тема 4 Массовая информационно-коммуникационная система	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study
Тема 5 Средства массовой информации (СМИ) в системе массовой коммуникации	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study, эссе
Тема 6 Политическая пропаганда	Опрос, диспут (групповая дискуссия), решение case-study

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета в форме устного ответа на вопросы

Основная литература:

1. Борисова Е.Г. Язык общественно-политической коммуникации : учебное пособие для магистратуры по специальности «Реклама и связи с общественностью» / Борисова Е.Г.. — Москва : Московский городской педагогический университет, 2012. — 168 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/26673.html>
2. Гринберг Т.Э. Политические технологии : учебное пособие для студентов вузов / Гринберг Т.Э.. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 272 с. — ISBN 978-5-7567-0952-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80694.html>
3. Голуб О.Ю. Теория коммуникации : учебник / Голуб О.Ю., Тихонова С.В.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 338 с. — ISBN 978-5-394-01262-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57124.htm>