**Перечень тем для рефератов по учебной дисциплине**

**«Политическая коммуникация»**

* + - 1. Генезис и развитие концепции политической коммуникации
			2. Политическая коммуникация как научное понятие: цель, предмет, задачи
			3. Сущность и функции политической коммуникации в политической системе общества
			4. Политическая коммуникация в иерархически организованной политической системе
			5. Формальная и неформальная политическая коммуникация: методы и сферы применения
			6. Основные подходы к анализу информационно-коммуникационных процессов в политике
			7. Онтологические, гносеологические и аксиологические основы теории коммуникации
			8. Модели и механизмы передачи политической информации в обществе
			9. Функции политической коммуникации по отношению к политической системе и гражданскому обществу
			10. Эффективность политической коммуникации как научная проблема
			11. Основные субъекты политической коммуникации: государство, органы власти, политические партии и организации
			12. Политический лидер как субъект политической коммуникации
			13. Государственные институты как субъекты политической коммуникации
			14. Общественные организации и политические партии как субъекты коммуникации
			15. Группы давления и институты гражданского общества как субъекты политической коммуникации
			16. Электорат и отдельные граждане в политической коммуникации: особенности взаимодействия
			17. Социальные группы и профсоюзы как участники политической коммуникации
			18. Сравнительный анализ формальных и неформальных субъектов политической коммуникации
			19. Субъектная матрица вертикальной и горизонтальной политической коммуникации
			20. Политические партии и группы интересов как посредники в процессе коммуникации между властью и обществом
			21. Роль корпоративных и общественных субъектов в современных политических коммуникациях
			22. Влияние религиозных организаций на политическую коммуникацию
			23. Особенности субъектности в новых медиа и цифровых коммуникациях
			24. Механизмы взаимодействия между государственными и негосударственными субъектами политической коммуникации
			25. Типология субъектов политической коммуникации: классификация и критерии выделения
			26. Эволюция субъектов политической коммуникации в условиях цифровизации общества
			27. Эволюция технологий политического PR в условиях цифровизации общества
			28. Роль социальных сетей и новых медиа в современных PR-стратегиях и политической пропаганде
			29. PR и пропаганда: сходства, различия и взаимодействие в политической коммуникации
			30. Манипулятивные технологии в политическом PR: методы и этические дилеммы
			31. Использование фрейминга и нарративов в цифровых кампаниях политической пропаганды
			32. Управление виртуальными сообществами как инструмент политического влияния
			33. Технологии формирования и коррекции политического имиджа в онлайн-пространстве
			34. Проблемы распространения фейковых новостей и дезинформации в цифровых PR-стратегиях
			35. Зарубежный опыт применения современных технологий политического PR и пропаганды
			36. Влияние цифрового неравенства на эффективность политических коммуникаций и PR-кампаний
			37. Теоретические основы и сущность политического имиджмейкинга в современных условиях
			38. Технологии создания и продвижения имиджа политика в цифровую эпоху
			39. Роль социальных сетей и новых медиа в формировании политического имиджа
			40. Манипулятивные аспекты имиджмейкинга: этика и практика в политике
			41. Стратегии защиты политического имиджа от дискредитации и информационных атак
			42. Особенности конструирования имиджа политических партий в современных медиадискурсах
			43. Влияние профессиональных имиджмейкеров на формирование политического образа
			44. Сравнительный анализ имиджмейкинга «политика-новичка» и «политика-ветерана»
			45. Государственное значение политического имиджа и его роль в легитимации власти