**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