

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти
сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015

Кафедра філософії, соціології та політології

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою

(пост. п. 8 від «25» 05 2023р.)

Ректор



Анатолій МАЗАРАКІ

**ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ /
POLITICAL COMMUNICATION**

**ПРОГРАМА /
COURSE SUMMARY**

Київ 2023

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу ДТЕУ
заборонено**

Автори: Гусєва Н.Ю., кандидат історичних наук, доцент

Програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри філософії, соціології та політології 9.05.2023р., протокол № 29.

Програму розглянуто і затверджено на засіданні вченої ради факультету міжнародної торгівлі та права 22.05.2023 р., протокол № 11.

Рецензенти: Міщенко А.М., кандидат політичних наук, доцент,
Поживанов О.М., координатор громадських організацій «Фонд муніципальних реформ «Магдебурзьке право»

**ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ /
POLITICAL COMMUNICATION**

**ПРОГРАМА /
COURSE SUMMARY**

ВСТУП

Програма дисципліни «Політичні комунікації» призначена для студентів бакалаврату ДТЕУ денної форми навчання галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальності 052 «Політологія», спеціалізації «Політологія міжнародних відносин».

Програму підготовлено відповідно до Стандарту вищої освіти України із зазначеної спеціальності та відповідної освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів ДТЕУ.

Програма складається з таких розділів:

1. Мета, завдання та предмет дисципліни.
2. Передумови вивчення дисципліни як вибіркової компоненти освітньої програми
3. Результати вивчення дисципліни.
4. Зміст дисципліни.
5. Список рекомендованих джерел.

1. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ

Метою навчальної дисципліни є надання майбутнім фахівцям систематизоване уявлення про функціонування політичних комунікацій у сучасному світі, зокрема розкрити інформаційно-комунікаційну природу політичної діяльності, політичні функції ЗМІ у демократичному суспільстві, основні підходи до аналізу відносин між політикою і мас-медіа, а також акцентувати увагу на своєрідності технологій політичних комунікацій та методах їх аналізу.

Відповідно до мети визначаються основні **завдання навчальної дисципліни:**

- сприяти засвоєнню теоретичних засад політичних комунікацій, визначити передумови їх виникнення, основні етапи становлення і розвитку, закономірності їх функціонування;
- розкрити основні теорії та моделі політичних комунікацій;
- з'ясувати основні канали розповсюдження політичної інформації, сучасний стан та тенденції розвитку інформаційних потоків;
- ознайомити студентів з основними суб'єктами політичних комунікацій;
- розкрити особливості політичних комунікацій в системі масових комунікацій, їх місце і роль в політичному процесі;
- висвітлити особливості трансформації політичних комунікацій у контексті переходу до інформаційного суспільства;
- визначити роль та особливості розвитку «електронної демократії» і «електронного уряду» в політичному полі;
- проаналізувати сутність та специфічні особливості кампаній маркетингового та немаркетингового типів, їх роль та місце у

- формуванні громадської думки;
- визначити основні політичні технології та їх використання в політичних комунікаціях;
- з'ясувати причинно-наслідковий зв'язок між політикою і мас-медіа;
- розкрити способи використання політичних комунікацій під час виборчого процесу;
- сформувати у студентів вміння орієнтуватись в основних комунікативних процесах та явищах в політиці;
- навчити студентів використовувати у практичній діяльності сукупність знань, професійних прийомів і методів політичних комунікацій, які впливають на формування картини політичного світу та визначають соціальний порядок.

Предметом навчальної дисципліни є дослідження основних закономірностей, законів, методів, технологій, динаміки розвитку та функціонування політичних комунікацій у сучасному світі.

2. ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ ЯК ВИБІРКОВОЇ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

знання:

- базові знання з філософських і соціальних дисциплін, що певною мірою впливають на формування теоретичних засад соціально-гуманітарного світогляду студентів.

вміння:

- визначатися в масиві різноманітної інформації, використовувати різні за змістом та світоглядною направленістю наукові праці, підручники, навчальні посібники, історичні джерела;
- систематизувати та узагальнювати матеріал;
- аргументувати свою точку зору і цивілізовано обстоювати її в дискусіях.

3. РЕЗУЛЬТАТИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Політичні комунікації», як обов'язкова компонента освітньої програми, забезпечує оволодіння студентами загальними та фаховими компетентностями і досягнення ними програмних результатів навчання за відповідною освітньо-професійною програмою:



Політологія міжнародних відносин (ОС бакалавр)

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
<i>Загальні компетентності за освітньою програмою</i>		
ЗК1	Знання предметної області та розуміння професійної діяльності.	1-14
ЗК3	Здатність бути критичним і самокритичним.	7-14
ЗК4	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).	7-14
ЗК5	Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.	8-14
ЗК6	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.	7-14
<i>Спеціальні (фахові) компетентності за освітньою програмою</i>		
СК1	Здатність використовувати категорійно-понятійний та аналітично-дослідницький апарат сучасної політичної науки.	1-14

СК4	Здатність застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності.	1-14
СК5	Здатність аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування.	7-14
СК7	Здатність застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.	1-14
СК8	Здатність конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням сучасних методів, технологій та інструментарію політичного аналізу.	8-14
СК9	Здатність презентувати результати теоретичних і прикладних досліджень для фахівців та нефаківців.	8-10, 12, 13
<i>Програмні результати навчання за освітньою програмою</i>		
РН1	Розуміти предметну область, етичні та правові засади професійної діяльності.	1-14
РН2	Вільно спілкуватися державною та однією з іноземних мов усно і письмово у професійній діяльності.	4, 10, 11

PH4	Мати навички професійної комунікації.	4, 10, 11
PH5	Вміти використовувати інформаційні та комунікаційні технології у професійній діяльності.	8-14
PH6	Знати свої права та обов'язки як члена демократичного суспільства та використовувати їх у професійній діяльності.	7-14
PH11	Застосовувати інструментарій нормативної та емпіричної політичної теорії, політичної методології, порівняльної та прикладної політології, міжнародних та глобальних студій у фаховій діяльності.	1-3
PH14	Застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.	1-14
PH15	Конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням сучасних методів, технологій та інструментарію політичного аналізу.	8-14
PH16	Презентувати результати теоретичних і прикладних досліджень фахівцям і широкій аудиторії, засобам масової інформації, експертам з інших галузей знань.	8-10, 12, 13
PH19	<i>Брати участь у фахових дискусіях із проблем міжнародних відносин та зовнішньої політики, поважати опонентів і їхню точку зору.</i>	7-14

Тема 1. Політичні комунікації в соціальній системі суспільства

Політика як сфера діяльності та форма організації відносин, взаємодії між людьми. Зв'язок сфери політики та суспільної комунікації. Комунікація як атрибут політичної діяльності.

Походження дефініції «політична комунікація». Підходи до визначення поняття «політична комунікація» (Р.-Ж. Шварценберг, Л. Пай, Р. Дентон, Г. Вудворт, Д. Грабер та ін.).

Структура політичної комунікації за Дж. Томпсоном. Основні канали та інститути політичної комунікації. Функції політичної комунікації (інформаційна, соціалізації, політичної освіти, пропаганди, політичної мобілізації, політичної розваги, легітимації). Формування картини політичного світу та легітимізація соціального порядку за допомогою політичних комунікацій. Критичний підхід до політичної комунікації.

Політична сфера комунікації та її різновиди. Вербальні та невербальні політичні комунікації. Вертикальні та горизонтальні політичні комунікації. Міжособистісні, групові, локальні, масові політичні комунікації. Формальні та неформальні політичні комунікації. Публічні та непублічні форми взаємодії. «Холодні» та «гарячі» політичні комунікації М. Маклюена.

Типологічні ознаки політичних комунікацій. Ритуальність та інформативність. Інституціональність і особистісний характер. Езотеричність (наявність підтексту, зрозумілого лише фахівцям) та загальнодоступність. Схематичність та повнота інформації. Стандартність та експресивність (засоби виразного мовлення). Діалогічність та монологічність. Агресивність і толерантність. Оцінка обговорюваних фактів і проблем з метою переконання адресата та спонукання його до певних дій (пряма та прихована форма оцінки).

Еволюція ролі інформації в політичному житті суспільства. Рівні впливу інформації на політичну систему суспільства. Види інформації, що циркулює в рамках політичної системи і їх характеристика. Політична інформація та політично значуща інформація: розмежування понять. Канали розповсюдження політично значущої інформації. Одиниці політичних комунікацій: повідомлення, текст. Інформаційно-комунікативні системи в політиці та їх класифікація.

Список рекомендованих джерел:

Основний: 2, 3, 4.

Додатковий: 5, 7, 8, 12, 13, 16, 17.

Інтернет-ресурси: 20, 26, 32.

Тема 2. Класичні теорії політичних комунікацій

Виникнення та становлення концепції політичної комунікації в контексті еволюції суспільно-політичної думки. Теорія «магічної кулі» та «підшкірної ін'єкції». Теорії «прямої дії» в комунікації. Теорії «непрямої дії» в комунікації. Теорія культивування в комунікації.

«Теорія дифузії інновацій» (Е. Роджерс). «Теорія культивування» (Дж. Гербнер). Теорія інформаційних бар'єрів (К. Левін). «Теорія спотворення новин» (У. Ліппман). «Теорія врегулювання порядку дня» (М. Маккомбс, Д. Шоу). «Теорія здобуття користі і задоволення» (Дж. Бламлер, Е. Кац). «Теорія залежності» (С. Болл-Рокешо і М. де Флер).

Лібертаріанська теорія як основа політичної комунікації у США. «Батьки нації» як основоположники американської свободи слова (на прикладі Т. Джефферсона) і звітності уряду перед виборцями. Європейський тип політичної комунікації, побудований на теорії соціальної відповідальності.

Список рекомендованих джерел:

Основний: 1, 2, 4.

Додатковий: 6, 8, 12, 13, 14, 16, 17, 18.

Інтернет-ресурси: 20, 22, 32, 33.

Тема 3. Основні теоретичні моделі політичних комунікацій

Еволюція форм та теоретичних моделей політичної комунікації. Критерії та форми політичної комунікації. Процесуальні та мережеві моделі політичної комунікації. Інтерактивна модель політичної комунікації.

Модель політичної комунікації Шеннона-Вівера. Принцип зворотного зв'язку в політичній комунікації.

Теорія інформаційного суспільства. Модель Ж.-М. Коттре. Модель К. Сайне. Моделі альтернативних видів руху інформації: мовлення, діалогова, консультаційна.

Макрорівневі моделі політичної комунікації (Г. Лассвелл, П. Лазарфельд, Б. Берельсон, Х. Года, Е. Кемпбелл, Л. Фестінгер та ін.). Макрорівневі моделі політичної комунікації (Н. Вінер).

Модель масової комунікації Дж. Гербнера. «Спіраль мовчання» Е.

Ноель-Нойман. Модель «воротаря» К. Левіна.

Комунікаційно-кібернетичні теорії політичної системи: модель Д. Істона, модель Г.Алмонда і Дж. Коулмена, модель К. Дойча.

Список рекомендованих джерел:

Основний: 1, 2, 4.

Додатковий: 6, 8, 12, 14, 16, 17, 18.

Інтернет-ресурси: 22, 26, 29, 32.

Тема 4. ЗМІ в сучасному комунікативному просторі політики

Сутність і особливості масових політичних комунікацій. ЗМІ як базовий суб'єкт політичної комунікації та основний ретранслятор масової інформації. Медіатизація політики і місце ЗМІ в системі політичної комунікації. Політичні фактори організації комунікативного простору у мас-медіа. Напрямки впливу мас-медійної інформації на населення.

Функції ЗМІ з точки зору участі у політичних комунікаціях. Демократичні принципи функціонування ЗМІ як детермінанта демократичного суспільства. Функції мас-медіа в різних типах суспільства.

Відбір і трансформація подій у ЗМІ. Форми інформації: відомості про події → Інформація → Факт → Новина → Тема → Супертема. Структура новини і сприйняття політики. Фактори новинності. Види факторів новинності. Вплив факторів новинності на діяльність ЗМІ та аудиторію. Феномен «news entertainment».

Роль преси як «сторожового пса» у демократичному суспільстві. Група тоталітарних теорій преси (ленінський, маоїстський). А. Грамші та його теорія гегемонії. Розвиток ідей А. Грамші британськими «новими лівими». Неоконсервативний погляд на місце і роль преси в політиці та суспільстві (Е. Новак).

Сутність концепції медіакратії та її значення для поглиблення інформаційно-комунікативних процесів.

Список рекомендованих джерел:

Основний: 1, 2, 3, 4.

Додатковий: 6, 8, 12, 13, 14, 16, 19.

Інтернет-ресурси: 20, 21, 22, 24, 26, 27, 28, 29, 32, 33.

Тема 5. Трансформації політичних комунікацій у контексті переходу до інформаційного суспільства

Вплив глобалізаційних процесів на політичні комунікації. Встановлення єдиного центру економічної та інформаційно-культурної могутності. Зміна ролі національної держави. Позитивні та негативні

прояви політичної комунікації в інформаційному суспільстві. Окінавська хартія глобального інформаційного суспільства (2000 р.). Нові риси публічності та громадянської мобілізації за умов глобалізації.

Процеси медіатизації. «Нова владна структура»: питання власників ЗМІ. Поняття медіаполітики. Політика інформаційної доби як політика скандалу. Реалізація законів медіадраматургії у політиці. Компроматні скандали, що впливають на стратегію розвитку країни.

Інтернет як простір політичного впливу та маніпулювання. Роль Інтернету: позитивне і негативне для демократичного розвитку. Дискусія про моральну відповідальність преси. Проблема права на таємницю приватного життя публічної особи і приватного громадянина. Цензура і Інтернет. Аудиторія Інтернет. Комунікації з цільовими аудиторіями в мережі. ЗМІ в Інтернет. Вплив політичної комунікації в Інтернет-просторі на суспільно-політичну активність.

Політична комунікація в мережевому суспільстві: роль Інтернет-технологій. Політична роль Інтернет-технологій. Блоггінг, вірусні повідомлення, комунікативний потенціал Інтернет-мереж, політичне і громадянське інформування та мобілізація.

Список рекомендованих джерел:

Основний: 1, 3, 4.

Додатковий: 5, 8, 12, 13, 14, 16, 19.

Інтернет-ресурси: 20, 21, 25, 28, 29, 32, 33.

Тема 6. Держава в процесі політичних комунікацій

Держава як суб'єкт політичної комунікації. Підходи до розуміння місця і ролі держави в процесі політичної комунікації. Поняття «державна політико-комунікаційна система». Моделі і порівняльний аналіз державних політико-комунікаційних систем.

Суб'єкти комунікаційного впливу держави. Громадянське суспільство як суб'єкт політичної комунікації. Еволюція комунікативної ролі громадянського суспільства. Комунікативні цілі і функції громадянського суспільства. Комунікаційне вплив держави на суспільство. Канали комунікаційного впливу держави.

Відносини між політикою і мас-медіа у політичній системі. Концепція взаємозалежності. Основні типи політичних комунікацій у демократичних країнах. Бюджетно-бюрократичний тип. Патерналістсько-ієрархічний тип. Представницько-демократичний тип. Популістсько-медіократичний тип. Індивідуалістсько-анархічний тип.

Форми взаємодії держави та ЗМІ. Історичні моделі відносин держави з медіаструктурами (обумовлюються типом правлячого режиму). Роль

держави і ЗМІ в умовах тоталітарного, авторитарного, демократичного, постдемократичного режимів. Вертикальні та горизонтальні комунікації державних органів. Культурно-інформаційні ресурси влади. Контроль над культурними комунікаціями як ознака влади. Суспільно-політичні фактори сприяння або обмеження політичної комунікації. Проблеми функціонування та взаємовідносин ЗМІ з владою. Організація ЗМІ в контексті політичних і комерційних інтересів. Співвідношення політичних і бізнес-інтересів в діяльності ЗМІ.

Поняття і структура державної інформаційної політики. Моделі державної інформаційної політики. Механізми регулювання взаємовідносин держави і ЗМІ. Особливості, засоби і технології організації персональних і корпоративних комунікацій в системі органів державної влади та місцевого самоврядування. Інформаційна безпека суспільства: державні та недержавні методи забезпечення.

Список рекомендованих джерел:

Основний: 1, 2, 3, 4.

Додатковий: 5, 8, 10, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19.

Інтернет-ресурси: 20, 21, 22, 24, 27, 28, 31, 34.

Тема 7. Партії, лідери, лобістські групи в процесі політичних комунікацій

Політичні партії як суб'єкт політичної комунікації. Комунікативні стратегії партій: цілі, цільові аудиторії, канали, повідомлення, комунікативні засоби. Види комунікативних стратегій партій.

Корпоративний партійний сайт і блог. Партійна газета. Партійні комунікативні акції і інтеракції: з'їзд, інформаційно-комунікаційні кампанії, мітинги, демонстрації, пікети.

Суперечливий характер взаємовідносин політичних партій і преси. Сучасний стан партійної преси: падіння інтересу та довіри аудиторії. Занепад партійного телемовлення в Британії і зникнення його в Італії. «Феномен Берлусконі» як зразок перетворення телеаудиторії в політичну партію. Паблік рилейшнз політичних партій як спосіб добитися симпатій незалежних мас-медіа. Прихована партійна афіліація (на прикладі газет країн Скандинавії). Партійна афіліація як знаряддя комерційного успіху (на прикладі британської газети «Сан»).

Специфіка політичної комунікації груп інтересів. Моделі участі груп інтересів у політико-комунікаційному процесі. Лобіювання як канал комунікативної діяльності груп інтересів. Особливості, засоби і технології в лобістській комунікації.

Політичне лідерство. Фактори, що обумовлюють значимість комунікативної ролі політичних лідерів. Комунікативні стратегії лідерів: цілі, цільові аудиторії, канали, повідомлення, комунікативні засоби. Види

лідерських комунікативних стратегій. Інструменти і засоби лідерських комунікацій: персональний сайт, блог, акаунти в соціальних мережах, виступи на заходах, прес-конференції, політичні дебати. Лідери думок. Форми вербальної і невербальної комунікації лідера. Лідери і ЗМІ.

Список рекомендованих джерел:

Основний: 1, 2, 3, 4.

Додатковий: 6, 8, 9, 10, 12, 14, 15, 16, 18, 19.

Інтернет-ресурси: 21, 22, 24, 25, 27, 31, 32, 34.

Тема 8. Маркетингові та немаркетингові форми політичних комунікацій

Маркетингові (ринкові) та немаркетингові (неринкові/авторитарні) форми комунікації. Політичний маркетинг – наука та практична діяльність. Історія виникнення та розвитку технологій пропаганди. Сутність та характерні ознаки політичної пропаганди. Основні функції політичної пропаганди. Типологія пропаганди. Основні методи пропаганди. Новітні інформаційні технології і пропаганда.

Пропаганда в тоталітарному, авторитарному та демократичному режимах. Ідеологія як засіб досягнення і здійснення влади: духовне обґрунтування та мобілізаційна основа. Світовий ідеологічний ринок – ринок ціннісних орієнтацій. Ринкова, постмодерністська, теоцентрична та ін. ідеології.

Маніпуляція в структурі пропаганди. Сутність і зміст агітації в політиці. Основні технології та методи агітації. Агітація в сучасному світі.

Пропаганда в контексті становлення «інформаційного суспільства». Роль пропаганди в сучасному світовому інформаційно-комунікаційному просторі.

Список рекомендованих джерел:

Основний: 1, 2, 4.

Додатковий: 7, 8, 9, 12, 14, 15, 16, 17, 18.

Інтернет-ресурси: 20, 22, 26, 28, 29, 32.

Тема 9. Інформаційні технології та політичний «паблік рілейшнз»

Інформаційні технології: типології та ефективність. Медійно опосередковані політичні комунікації (новина). Частково медійно опосередковані політичні комунікації (інтерв'ю). Без впливу ЗМІ (політична реклама). Маніпулятивні інформаційні технології. Обмеження та протидія політичним маніпуляціям. Довіра до джерела як проблема

політичної комунікації. Спін-технології. інфотейнмент та agenda-setting (формування порядку денного). Поняття «інформаційного шуму».

Політична реклама. Політична реклама у ЗМІ, візуальна, нестандартна політична реклама. Зв'язки з громадськістю (політичний PR) як форма комунікації. Види та цілі політичного PR. Цілі політичної роботи з пресою. Дійові особи політичної роботи з пресою: «стратегі зв'язків з громадськістю». Роль політологів, політичних технологів, політичних аналітиків та журналістів.

Спічрайтинг. Прес-реліз, політична біографія, політична програма, промова та нормативний акт як види політичного тексту – вимоги та цільове призначення.

Список рекомендованих джерел:

Основний: 1, 2, 4.

Додатковий: 6, 7, 9, 12, 14, 15, 16, 17, 19.

Інтернет-ресурси: 20, 21, 22, 24, 26, 27, 29, 32, 33.

Тема 10. Політичні комунікації під час виборчого процесу

Виборчий процес як сфера політичної комунікації. Поняття та законодавче обмеження передвиборчої агітації. Суб'єкти виборчого процесу – кандидати, політичні партії, органи державної влади та місцевого самоврядування, громадські організації – їхні комунікативні можливості та інформаційні впливи. Передвиборча агітація – форми, межі та ефективність. Інформаційні ресурси та технології в діяльності передвиборчих штабів. Передвиборчі програми та дебати – правила проведення, приклади, тактичні прийоми. Роль ЗМІ у виборах – міжнародний та український досвід.

Відносини з мас-медіа як вирішальний фактор успіху або поразки учасників політичного процесу. Роль ЗМК в позиціонуванні політика і політичної організації. Поняття телекратії та «американізація» політичних кампаній. Перевага медіа-іміджу конкретного політика над пропонованою виборцям програмою. Домінуюча роль телебачення серед інших комунікативних каналів. Персоналізація політичного процесу. Зростання професійності у виробленні стратегії щодо залучення ЗМІ. Розгул «брудних технологій» або «чорного PR». «Брудні технології» як «паплюжна кампанія».

Принцип прозорості виборів. Міжнародні стандарти висвітлення виборів засобами масової інформації. Міжнародні та вітчизняні стандарти висвітлення виборів у ЗМІ.

Список рекомендованих джерел:

Основний: 1, 2, 3, 4.

Додатковий: 5, 8, 9, 10, 12, 14, 15, 16, 17, 19.

Інтернет-ресурси: 21, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 33, 34.

Тема 11. Неформальні політичні комунікації як елемент політичної боротьби

Неформальні політичні комунікації та їх типологія. Чутки як інструмент політичного маніпулювання. Чутки та способи їх розповсюдження і трансформації. Типологія політичних чуток. Реалізація чуток через Інтернет. Чутки як активний засіб модифікації суспільної свідомості.

Використання соціальних мереж в політичній боротьбі. Міфи та легенди політичного процесу. Людина-легенда в політичній діяльності.

Політичні графіті та карикатури. Політичний плакат та карикатура як засоби ідеологічної боротьби.

Дискурс політичного гумору. Гумор як політико-комунікативна технологія. Політичний гумор як спосіб розкриття політичного лідера. Анекдоти в політиці. Напрямки впливу неформальних політичних комунікацій на населення.

Список рекомендованих джерел:

Основний: 1, 2, 4.

Додатковий: 5, 8, 10, 12, 13, 14, 16, 19.

Інтернет-ресурси: 20, 22, 32, 33.

Тема 12. Політичні міфи та інформаційна війна в системі політико-комунікаційного процесу

Міфи та стереотипи у сучасному інформаційному просторі. Сутність, природа та роль віри у формуванні міфів. Визначення та функції політичного міфу. Національні міфи. Стереотипи у картині політичного світу. Теорія стереотипізації У. Ліппманна. Політичний текст і соціальний контекст комунікації. Політична мова, політичний дискурс, символ, месидж, гасло, програма. Типологія дискурсу політичної комунікації. Різновиди політичного дискурсу за комунікативними цілями, тематикою, функціями, акторами, інформаційними каналами.

Інформаційна війна як форма політико-комунікаційного процесу. Підходи до розуміння терміну «інформаційна війна». Інформаційна війна як зброя масового знищення. Інформаційні війни ХХІ століття: особливості проведення та результати використання. Особливості використання політичної міфології в інформаційній війні. Регуляція масової політичної поведінки. Інформаційний тероризм в політичній комунікації та способи захисту від нього.

Список рекомендованих джерел:

Основний: 1, 2, 3, 4.

Додатковий: 8, 9, 12, 14, 15, 17, 19.

Інтернет-ресурси: 20, 22, 26, 28, 29, 32.

Тема 13. «Електронна демократія» як комп'ютеро-опосередкована форма політичних комунікацій

Взаємозв'язок політики та Інтернет-простору. Поняття та зміст концепції «електронної демократії». Інструменти та методи «електронної демократії». Небезпеки та ризики «електронної демократії». Міжнародний досвід застосування «електронної демократії».

«Електронний уряд» як нова модель інформаційно-комунікативних відносин. «Електронний уряд»: проблеми та пріоритети. Особливості функціонування «електронного уряду» в країнах Європейського союзу.

«Електронне голосування»: основні характерні риси та особливості. «Електронне голосування» як перший етап до прямої демократії. Застосування «електронного голосування»: світовий досвід. Розвиток цивільних горизонтальних зв'язків. Формування нових цивільних спільнот.

Інформаційні технології та PR в державному управлінні. Government relations (GR) – «зв'язки з державою», «зв'язки з органами державної влади». Особливості технологій зв'язків з державою. PR-GR – загальне і особливості. GR і лобістська діяльність. Інформаційні технології в лобістській діяльності.

Список рекомендованих джерел:

Основний: 1, 2, 3, 4.

Додатковий: 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 18, 19.

Інтернет-ресурси: 20, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 33, 34.

Тема 14. Розвиток політичних комунікацій в Україні

Політичні комунікації в українському суспільстві. Вплив ЗМІ на державну політику в Україні.

Пропаганда та агітація як фактор ефективної модернізації українського суспільства. Політична реклама в Україні (на прикладі парламентських та президентських виборчих кампаній).

Особливості використання Інтернет-технологій в українській політиці. Українські політичні Інтернет-комунікації у світовому контексті.

Перспективи впровадження механізмів «електронної демократії» та «електронного уряду» в Україні. Перспективи впровадження «електронного голосування» в Україні.

Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі. Інформаційна війна проти України та способи її ведення.

Державна інформаційна політика та її правові основи в сучасній Україні. Інформаційна безпека України: сучасні виклики, загрози та механізми протидії негативним інформаційно-психологічним впливам. Інформаційна безпека України в умовах Євроінтеграції.

Список рекомендованих джерел:

Основний: 1, 2, 3.

Додатковий: 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19.

Інтернет-ресурси: 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34.

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ*

Основний

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз: навч. посіб. / В.М. Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
2. Бойко О.Д. Політичне маніпулювання: навч. посіб. / О.Д. Бойко. – К.: Академвидав, 2016. – 432 с.
3. Віннічук О.В. Політичний маркетинг. Соціально-політичні комунікації: навч.-метод. посіб. / [О. В. Віннічук, О. В. Рибшун]. – Кам'янець-Подільський: Друкарня Рута, 2017. – 68 с.
4. Шляхтун П.П. Політологія (теорія та історія політичної науки): навч. посіб. / П.П. Шляхтун. – К.: Центр навчальної літератури, 2019 – 472 с.

Додатковий

5. Башук А.І. Інформаційна політика: навч. посіб. / А.І. Башук. – Ч. 1. – К.: Вид-во ІЖ КНУ ім. Т. Шевченка, 2007. – 90 с.
6. Ганжуров Ю.С. Парламент України в політичній комунікації / Ю.С. Ганжуров. – К.: Україна, 2016. – 352с.
7. Грицяк Н.В. Електронна демократія як механізм політичної взаємодії: навч. метод. рек./Н.В. Грицяк, С.Г. Соловійов. – К.: НАДУ, 2018. – 44 с.
8. Губерський Л. В. Інформаційна політика України: європейський контекст: монографія / Л. В. Губерський, Є. Є. Камінський, Є. А. Макаренко та ін. – Київ : Либідь, 2007. – 360 с.
9. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації: монографія / С. Г. Денисюк. – Вінниця: ВНТУ, 2010. – 276 с.
10. Денисюк С.Г. Культурологічні виміри політичної комунікації: монографія / С.Г. Денисюк. – Вінниця : ВНТУ, 2012. – 392 с.
11. Ковалевський В. О. Інформаційна взаємодія у політико-владному полі великого міста / В.О. Ковалевський. – К.: ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2013. – 221 с.
12. Леонтєва Л. Є. Пропаганда як інформаційно-психологічний складник політичних процесів / Л. Є. Леонтєва; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. – К., 2014. – 298 с.
13. Макаренко Л. Політична комунікація у демократичних процесах в Україні: монографія / Л. Макаренко. – К.: Кий, 2017. – 323 с.
14. Недбай В. В. Сучасні політичні комунікації: медійно-технологічний аспект / В. В. Недбай. – Одеса: Фенікс, 2017. – 328 с.

15. Основи масово-інформаційної діяльності: / А.З. Москаленко, Л.В. Губерський, В.Ф. Іванов. – К.: Київський університет, 2009. – 634 с.
16. Тищенко Ю. Моделі політичної комунікації: політичні партії та громадянське суспільство / [Ю. Тищенко, П. Байор, М. Товт, С. Горобчишина]; Укр. незалеж. Центр політ. дослідж. – К.: Україні, 2016. – 148 с.
17. Трухачов О.І. Соціокультурні та ідейно-політичні аспекти впливу державно-виконавчих установ на засоби масової комунікації: монографія / О.І. Трухачов; Ун-т «КРОК». – К.: Ун-т економіки та права «КРОК», 2018. – 199 с.
18. Штромайер Г. Політика і мас-медіа / Герд Штромайер; [пер. з нім. А. Орган]. – К.: КМА, 2018. – 303 с.
19. Яковлев Д.В. Політична взаємодія як комунікативний процес: медіатизація, демократизація, раціоналізація: Монографія / Д.В. Яковлев. – Одеса: Астропринт, 2015. – 288 с.

Інтернет-ресурси

20. Верховна Рада України: офіційний веб-портал. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua/>
21. Громадянське суспільство і влада: урядовий веб-сайт. – Режим доступу: http://civic.kmu.gov.ua/consult_mvc_kmu/news/article
22. Державне агентство з питань електронного урядування: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://e.gov.ua>
23. Інститут стратегічних оцінок при Президентському фонді Леоніда Кучми «Україна». – Режим доступу: <http://www.kuchma.org.ua/ico/monitoring/>
24. Кабінет міністрів України. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>
25. Комітет народного контролю: сайт. – Режим доступу: <http://knk.media/ua>
26. Міжнародний центр перспективних досліджень. – Режим доступу: <http://www.icps.kiev.ua/library>
27. Міністерство закордонних справ України. – Режим доступу: <http://www.mfa.gov.ua/>
28. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації: офіційний веб-портал. – Режим доступу: <http://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=1&language=uk>
29. Національний інститут стратегічних досліджень. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/>
30. Національний центр електронного урядування. – Режим доступу: <http://nc.da-gov.adamant.ua>
31. Президент України: офіційне інтернет-представництво. – Режим

- доступу: <http://www.president.gov.ua/>
32. Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова. – Режим доступу: <http://www.razumkov.org.ua>
33. Український центр політичного менеджменту. – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/>
34. Урядовий портал: єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/>

**Курсивом визначено джерела, які наявні в бібліотеці ДТЕУ.*

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

програми дисципліни «Політичні комунікації»

Погоджено

Завідувач кафедри філософії,
соціології та політології

_____ А. А. Кравченко

«_____» _____ 2022 р.

Погоджено

Координатор громадської організації
«Фонд муніципальних реформ
«Магдебурзьке право»

_____ О.М. Поживанов

«_____» _____ 2022 р.

Погоджено

Гарант освітньої програми
«Політологія міжнародних
відносин»

_____ А. М. Міщенко

«_____» _____ 2022 р.

Погоджено

