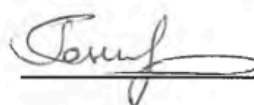


ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ
Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти
сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015

Кафедра філософії, соціології та політології

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою факультету
міжнародної торгівлі та права
(протокол № 2 від «22» 06 2023 р.)
Декан

 **Юлія ГОНЧАРОВА**

**ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ/
POLITICAL COMMUNICATION**

**РОБОЧА ПРОГРАМА /
COURSE OUTLINE**

освітній ступінь	бакалавр	/	bachelor
галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки	/	Social and Behavioral Sciences
спеціальність	052 Політологія	/	Political science
освітня програма	Політологія міжнародних відносин	/	Political science of international relations

Київ 2023

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

Автор: Н.Ю. ГУСЄВА, кандидат історичних наук, доцент

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри філософії, соціології та політології 13.06.2023 р., протокол № 33.

Рецензенти:

А.М. МІЩЕНКО, гарант освітньої програми «Політологія міжнародних відносин», кандидат політичних наук, доцент кафедри філософії, соціології та політології,

О.М. ПОЖИВАНОВ, координатор громадської організації «Фонд муніципальних реформ «Магдебурзьке право»

**ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ /
POLITICAL COMMUNICATION**

**РОБОЧА ПРОГРАМА /
COURSE OUTLINE**

освітній ступінь	бакалавр	/	bachelor
галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки	/	Humanitarian Sciences Social and Behavioral Sciences
спеціальність	052 Політологія	/	Political science
освітня програма	Політологія міжнародних відносин	/	Political science of international relations

**1. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ ТА РОЗПОДІЛ ГОДИН ЗА ТЕМАМИ
(ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН)**

№ з/п	Назва теми	Кількість годин				Форми контролю
		Усього годин/кредитів	з них			
			лекції	семінарські заняття/ МК	самостійна робота студентів	
1	Політичні комунікації в соціальній системі	12	2	2	8	О, Т, ТЗ, ЕК
2	Класичні теорії політичних комунікацій	10	2	2	6	О, Т, ТЗ, ЕК
3	Основні теоретичні моделі політичних	12	2	2	8	О, Т, ТЗ, ЕК
4	ЗМІ в сучасному комунікативному просторі політики	14	2	2	10	О, Т, ТЗ, ЕК
5	Трансформації політичних комунікацій у контексті переходу до інформаційного	12	2	2	8	О, Т, ТЗ, ЕК
6	Держава в процесі політичних комунікацій	14	2	2	10	О, Т, ТЗ, ЕК, ККР
7	Партії, лідери, лобістські групи в процесі політичних	12	2	2	8	О, Т, ТЗ, ЕК

8	Маркетингові та немаркетингові форми політичних комунікацій	14	2	2	10	О, Т, ТЗ, ЕК
9	Інформаційні технології та політичний «паблік	14	2	2	10	О, Т, ТЗ, ЕК
10	Політичні комунікації під час виборчого	14	2	2	10	О, Т, ТЗ, ЕК
11	Неформальні політичні комунікації як елемент політичної	12	2	2	8	О, Т, ТЗ, ЕК
12	Політичні міфи та інформаційна війна в системі політико-комунікаційного	14	2	2	10	О, Т, ТЗ, ЕК
13	«Електронна демократія» як комп'ютеро-опосередкована форма політичних комунікацій	14	2	2	10	О, Т, ТЗ, ЕК
14	Розвиток політичних комунікацій в Україні	12	2	2	8	О, Т, ТЗ, ЕК, ККР
	Разом:	180/6	28	28	124	
Підсумковий контроль						екзамен

Скорочення:

О – опитування

Т – тестування

ТЗ – творче завдання

ЕК – експрес-контроль

ККР – комплексна контрольна робота

**2. ТЕМАТИКА ТА ЗМІСТ ЛЕКЦІЙНИХ, СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ,
САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ**

Результати навчання	Навчальна діяльність*	Робочий час студент
--------------------------------	------------------------------	------------------------------------

<p>Знати: сутність та зміст поняття «політична комунікація», її структура, функції та типологічні ознаки; види інформації, які існують в політичній системі суспільства та канали їх поширення.</p> <p>Вміти: характеризувати політичну сферу комунікації та її різновиди; визначати рівні впливу інформації на політичну систему суспільства.</p>	<p>Тема 1. Політичні комунікації в соціальній системі суспільства</p> <p>Лекція План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Комунікація як атрибут політичної діяльності. Походження дефініції «політична комунікація». 2. Види інформації в політичній системі суспільства та рівні їх впливу. 3. Політична інформація та політично значуща інформація: розмежування понять. Канали розповсюдження політично значущої інформації. <p>Список рекомендованих джерел: <i>Основний:</i> 1 [с. 12-47], 4 [с. 4-25]. <i>Додатковий:</i> 5 [с. 3-12], 8 [с. 5-27], 10 [с. 6-12], 13 [с. 7-40], 14 [6-24], 18 [с. 4-37], 22 [с. 8-21], 23 [с. 5-41]. <i>Інтернет-ресурси:</i> 25, 31, 37.</p> <p>Семінарське заняття План семінарського заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Структура політичної комунікації за Дж. Томпсоном. Функції політичної комунікації. 2. Типологічні ознаки політичних комунікацій. 3. Політична сфера комунікації та її різновиди. 4. «Холодні» та «гарячі» політичні комунікації М. Маклюена. 5. Одиниці політичних комунікацій: повідомлення, текст. 6. <i>Письмово навести по 5 прикладів «політичної інформації» та «політично значущої інформації».</i> <p>Ділова гра «Бар'єри політичної комунікації» <i>Група студентів ділиться на три підгрупи: «сліпі», «глухі», «німі». Завдання кожної</i></p>	<p>2</p> <p>2</p>
--	---	-------------------

<p>Знати: основні теорії політичних комунікацій, їх сутність та зміст.</p> <p>Вміти: характеризувати та аналізувати переваги та недоліки теорій політичних комунікацій.</p>	<p align="center">Тема 2. Класичні теорії політичних комунікацій</p> <p align="center">Лекція</p> <p align="center">План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Виникнення та становлення концепції політичної комунікації в контексті еволюції суспільно-політичної думки. 2. Лібертаріанська теорія як основа політичної комунікації у США. 3. Європейський тип політичної комунікації, побудований на теорії соціальної відповідальності. <p align="center">Список рекомендованих джерел:</p> <p><i>Основний:</i> 1 [с. 42-54], 4 [с. 4-25].</p> <p><i>Додатковий:</i> 8 [с. 25-37], 10 [с. 15-31], 13 [с. 28-38], 15 [с. 12-21], 18 [с. 36-48], 21 [с. 10-25], 22 [с. 31-48].</p> <p><i>Інтернет-ресурси:</i> 25, 27, 37, 38.</p> <p align="center">Семінарське заняття</p> <p align="center">План семінарського заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теорія «магічної кулі» та «підшкірної ін'єкції». 2. Теорії «прямої дії» в комунікації. Теорії «непрямої дії» в комунікації. «Теорія дифузії інновацій» (Е. Роджерс). 3. Теорія культивування в комунікації. «Теорія культивування» (Дж. Гербнер). Теорія інформаційних бар'єрів (К. Левін). 4. «Теорія спотворення новин» (У. Ліппман). «Теорія врегулювання порядку дня» (М. Маккомбс, Д. Шоу). 5. «Теорія здобуття користі і задоволення» (Дж. Бламлер, Е. Кац). «Теорія залежності» (С. Болл-Рокешо і М. де Флер). <p align="center">Завдання для самостійної роботи студентів:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розробити кросворд з теми (до 15 слів). 2. Підготуватися до роботи в малих групах на тему: «Батьки нації» як символізація американської свободи. 	<p align="center">2</p> <p align="center">2</p>
---	---	---

<p>Знати: основні моделі політичних комунікацій та їх особливості.</p> <p>Вміти: характеризувати та аналізувати моделі політичної комунікації, визначати їх спільні та відмінні риси.</p>	<p align="center">Тема 3. Основні теоретичні моделі політичних комунікацій</p> <p align="center">Лекція</p> <p align="center">План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Еволюція форм та теоретичних моделей політичної комунікації. Критерії та форми політичної комунікації. 2. Мікро- та макрорівневі моделі політичної комунікації. 3. Комунікаційно-кібернетичні теорії політичної системи: модель Д. Істона, модель Г.Алмонда і Дж. Коулмена, модель К. Дойча. <p align="center">Список рекомендованих джерел:</p> <p><i>Основний:</i> 1 [с. 56-69], 3 [с. 5-12], 4 [с. 43-52]. <i>Додатковий:</i> 8 [с. 38-47], 10 [с. 32-51], 13 [с. 39-52], 15 [с. 21-34], 18 [с. 49-61]. <i>Інтернет-ресурси:</i> 27, 31, 34, 37.</p> <p align="center">Семінарське заняття</p> <p align="center">План семінарського заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Модель політичної комунікації Шеннона-Вівера. Принцип зворотного зв'язку в політичній комунікації. 2. Теорія інформаційного суспільства. Модель Ж.-М. Коттре. Модель К. Сайне. 3. Моделі альтернативних видів руху інформації: мовлення, діалогова, консультаційна. 4. Модель масової комунікації Дж. Гербнера. «Спіраль мовчання» Е. Ноель-Нойман. Модель «воротаря» К. Левіна. <p align="center">Завдання для самостійної роботи студентів:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Підготувати есе (2-3 стор.) на тему: «Кібернетична модель К. Дойча: процес і метод політичної комунікації». 2. Підготуватися до роботи в малих групах на тему: «Переваги та недоліки моделей політичної комунікації». 	<p align="center">2</p> <p align="center">2</p> <p align="center">8</p>
---	--	---

<p>Знати: особливості розвитку та діяльності ЗМІ як основного транслятора масової інформації; концепцію медіакратії, її характерні риси та специфіку; основні фактори впливу на діяльність ЗМІ в інформаційном у полі політики.</p> <p>В м і т и : аналізувати напрямки впливу мас-медійної інформації на аудиторію; характеризувати основні функції мас-медіа в різних політичних режимах; аналізувати феномен «news entertainment»</p>	<p align="center">Тема 4. ЗМІ в сучасному комунікативному просторі політики</p> <p align="center">Лекція План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність і особливості масових політичних комунікацій. 2. ЗМІ як базовий суб'єкт політичної комунікації та основний ретранслятор масової інформації. 3. Сутність концепції медіакратії та її значення для поглиблення інформаційно-комунікативних процесів. <p align="center">Список рекомендованих джерел: <i>Основний:</i> 1 [с. 70-82], 2 [с. 35-49], 3 [с. 18-31], 4 [с. 43-52]. <i>Додатковий:</i> 5 [с. 22-38], 8 [с. 48-61], 13 [с. 53-72], 14 [с. 25-43], 18 [с. 62-87], 20 [с. 34-62], 23 [с. 58-71]. <i>Інтернет-ресурси:</i> 25, 26, 27, 29, 31-34, 37, 38.</p> <p align="center">Семінарське заняття План семінарського заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Медіатизація політики і місце ЗМІ в системі політичної комунікації. Напрямки впливу мас-медійної інформації на населення. 2. Функції ЗМІ з точки зору участі у політичних комунікаціях. Функції мас-медіа в різних типах суспільства. 3. Відбір і трансформація подій у ЗМІ. Форми інформації: Відомості про події → Інформація → Факт → Новина → Тема → Супертема. 4. Феномен «news entertainment». 5. Роль преси як «сторожового пса» у демократичному суспільстві. Теорії А. Грамші та Е. Новака. <p align="center">Завдання для самостійної роботи студентів:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Цифровізувати... (2-3 стор.) на тему... 	<p align="center">2</p> <p align="center">2</p>
--	--	---

<p>Знати: особливості впливу процесів глобалізації на політичні комунікації в світі; основні риси «медіатизації» та медіаполітики; роль Інтернет та використання його в політиці.</p> <p>Вміти: визначати риси публічності та громадянської мобілізації ЗМІ за умов глобалізації; класифікувати аудиторію Інтернет; розрізняти Інтернет-технології, які використовуються в політичних комунікаціях.</p>	<p style="text-align: center;">Тема 5. Трансформації політичних комунікацій у контексті переходу до інформаційного суспільства</p> <p style="text-align: center;">Лекція План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вплив глобалізаційних процесів на політичні комунікації. Позитивні та негативні прояви політичної комунікації в інформаційному суспільстві. 2. Процеси медіатизації та поняття медіаполітики. 3. Інтернет як простір політичного впливу та маніпулювання. Роль Інтернету: позитивне і негативне для демократичного розвитку. <p style="text-align: center;">Список рекомендованих джерел: <i>Основний:</i> 1 [с. 97-121], 2 [с. 50-63], 4 [с. 25-37; 52-64]. <i>Додатковий:</i> 5 [с. 39-51], 8 [с. 74-90], 14 [с. 44-62], 18 [с. 101-123], 20 [с. 50-64]. <i>Інтернет-ресурси:</i> 25, 26, 30, 33, 34, 37, 38.</p> <p style="text-align: center;">Семінарське заняття План семінарського заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ЗМІ: нові риси публічності та громадянської мобілізації за умов глобалізації. 2. Політика інформаційної доби як політика скандалу. Компроматні скандали, що впливають на стратегію розвитку країни. 3. Моральна відповідальність преси. 4. Цензура і Інтернет. Аудиторія Інтернет. ЗМІ в Інтернет. 5. Політична комунікація в мережевому суспільстві: роль Інтернет-технологій. <p style="text-align: center;">Завдання для самостійної роботи студентів:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Підготуватися до дискусії на тему: «ЗМІ як «посередник» у спілкуванні політичних комунікацій» 	<p style="text-align: center;">2</p> <p style="text-align: center;">2</p>
---	--	---

<p>Знати: основні суб'єкти політичних комунікацій, їх форми комунікаційного взаємовпливу; поняття та особливості «державної політико-комунікаційної системи»; форми взаємодії держави та ЗМІ; структуру та моделі державної інформаційної політики та інформаційної безпеки держави.</p> <p>Вміти: аналізувати основні типи політичних комунікацій в демократичних країнах; характеризувати проблеми функціонування та механізми регулювання</p>	<p align="center">Тема 6. Держава в процесі політичних комунікацій</p> <p align="center">Лекція</p> <p align="center">План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> Підходи до розуміння місця і ролі держави в процесі політичної комунікації. Поняття та моделі «державної політико-комунікаційної системи». Форми взаємодії держави та ЗМІ. Роль держави і ЗМІ в умовах різних політичних режимів. Поняття, структура та моделі державної інформаційної політики. Інформаційна безпека суспільства. <p align="center">Список рекомендованих джерел:</p> <p><i>Основний:</i> 2 [с. 64-97], 4 [с.43-64]. <i>Додатковий:</i> 5 [с. 52-62], 11 [с. 48-97], 16 [с. 27-89], 17 [с. 19-29], 18 [с. 140-161], 19 [с. 28-68], 22 [с. 128-149], 24 [с. 65-89]. <i>Інтернет-ресурси:</i> 25, 26, 27, 29, 32, 33, 36, 39.</p> <p align="center">Семінарське заняття</p> <p align="center">План семінарського заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> Громадянське суспільство як суб'єкт політичної комунікації. Канали комунікаційного впливу держави на громадянське суспільство. Основні типи політичних комунікацій у демократичних країнах. Вертикальні та горизонтальні комунікації державних органів. Проблеми функціонування та взаємовідносин ЗМІ з владою. Механізми регулювання взаємовідносин держави і ЗМІ. <p align="center">Завдання для самостійної роботи студентів:</p> <ol style="list-style-type: none"> Підготувати есе на тему «Еволюція комунікативної ролі громадянського 	<p align="center">2</p> <p align="center">2</p>
--	--	---

<p>Знати: основні суб'єкти політичних комунікацій та основні види комунікативних стратегій, які вони використовують у своїй діяльності.</p> <p>Вміти: характеризувати та аналізувати основні засоби, методи, форми, інструменти і технології основних суб'єктів політичних комунікацій.</p>	<p align="center">Тема 7. Партії, лідери, лобістські групи в процесі політичних комунікацій</p> <p align="center">Лекція</p> <p align="center">План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Політичні партії як суб'єкт політичної комунікації. Види комунікативних стратегій партій. 2. Лобіювання як канал комунікативної діяльності груп інтересів. 3. Комунікативні стратегії політичних лідерів. Лідери думок. <p align="center">Список рекомендованих джерел:</p> <p><i>Основний:</i> 2 [с. 110-131], 4 [с. 43-52]. <i>Додатковий:</i> 11 [с. 105-122], 13 [с. 65-98], 14 [с. 79-95], 16 [с. 90-115], 17 [с. 149-153], 18 [с. 162-187], 20 [с. 148-175], 22 [с. 166-189], 24 [с. 64-90]. <i>Інтернет-ресурси:</i> 26, 27, 29, 30, 32, 36, 37, 39.</p> <p align="center">Семінарське заняття</p> <p align="center">План семінарського заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Корпоративний партійний сайт, блог, партійна газета. Партійні комунікативні акції і інтеракції. 2. Суперечливий характер взаємовідносин політичних партій і преси. Партійна афіліація. 3. Моделі участі груп інтересів у політико-комунікаційному процесі. 4. Особливості, засоби і технології в лобістській комунікації. 5. Інструменти і засоби комунікацій політичних лідерів. Форми вербальної і невербальної комунікації лідера. <p align="center">Case-study</p> <p align="center"><i>Аналіз виступів політиків (вияв мовних</i></p>	<p align="center">2</p> <p align="center">2</p>
---	---	---

<p>Знати: особливості та характерні риси маркетингових та немаркетингових форм політичної комунікації; ознаки пропаганди, маніпуляції, дезінформації та агітації.</p> <p>Вміти: аналізувати та характеризувати існуючі функції, механізми і засоби здійснення агітаційно-пропагандистських політико-комунікаційних компаній, зокрема, як маніпуляція, дезінформація, агітація та пропаганда.</p>	<p>Тема 8. Маркетингові та немаркетингові форми політичних комунікацій</p> <p>Лекція План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетингові та немаркетингові форми комунікації. Політичний маркетинг – наука та практична діяльність. 2. Історія виникнення та розвитку пропаганди: сутність та характерні ознаки. Маніпуляція в структурі пропаганди. 3. Сутність і зміст агітації в політиці. <p>Список рекомендованих джерел: <i>Основний:</i> 1 [с. 132-155], 2 [с. 145-171], 4 [с. 64-78]. <i>Додатковий:</i> 5 [63-89], 8 [с. 91-112], 12 [с. 32-85], 17 [с. 162-186], 18 [с. 188-209], 22 [с. 170-197], 23 [с. 87-117], 24 [с. 95-112]. <i>Інтернет-ресурси:</i> 25, 27, 31, 33, 34, 37.</p> <p>Семінарське заняття План семінарського заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основні функції, методи, типи та технології політичної пропаганди. 2. Пропаганда в тоталітарному, авторитарному та демократичному режимах. 3. Ідеологія як засіб досягнення і здійснення влади. Ринкова, постмодерністська, теоцентрична та ін. ідеології. 4. Дезінформація в політичному житті: види, інструменти та способи захисту. 5. Агітація в сучасному світі: основні технології та методи. <p>Ділова гра: «Інформаційна підтримка політичного заходу»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Підготовка а) плакату, листівки, брошури (реклама будь-якої інформації про кандидата, мітинг, конференцію та ін. на вибір); б) антиреклама кандидата, заходу. 	<p>2</p> <p>2</p>
--	---	-------------------

<p>Знати: стратегічні політико-комунікативні кампанії маркетингово о типу та ефективність застосовування в них інформаційних технологій.</p> <p>Вміти: характеризувати та аналізувати особливості, технології політичної реклами, політичного брендингу та іміджмейкінгу, політичного PR в політичній комунікації; основні складові спічрайтингу суб'єктів політики.</p>	<p align="center">Тема 9. Інформаційні технології та політичний «паблік рілейшнз»</p> <p align="center">Лекція</p> <p align="center">План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Інформаційні технології: типології та ефективність. Маніпулятивні інформаційні технології. 2. Політична реклама у ЗМІ, візуальна, нестандартна політична реклама. 3. Зв'язки з громадськістю (політичний PR) як форма комунікації. <p align="center">Список рекомендованих джерел:</p> <p><i>Основний:</i> 1 [с. 156-187], 2 [с. 172-203], 3 [с. 32-57], 4 [с. 78-91].</p> <p><i>Додатковий:</i> 13 [с. 99-122], 17 [с. 8-19], 18 [с. 210-242], 23 [с. 118-201], 24 [с. 116-149].</p> <p><i>Інтернет-ресурси:</i> 25-27, 29, 31, 32, 34, 37, 38.</p> <p align="center">Семінарське заняття</p> <p align="center">План семінарського заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Спін-технології, інфотейнмент та agenda-setting (формування порядку денного). Поняття «інформаційного шуму». 2. Типи політичної реклами та її використання державними структурами. 3. Види та цілі політичного PR. Дійові особи політичної роботи з пресою: «стратегії зв'язків з громадськістю». 4. Імідж-технології в політичній комунікації. «Розкрутка» іміджу політика. Політичний брендинг. 5. Спічрайтинг. Прес-реліз, політична біографія, політична програма, промова та нормативний акт як види політичного тексту – вимоги та цільове призначення. <p align="center"><i>Ділова гра «Президентські вибори»</i></p> <p align="center"><i>Проаналізувати результати останніх президентських виборів (в Україні або світі)</i></p>	<p align="center">2</p> <p align="center">2</p>
--	--	---

<p>Знати: суб'єкти виборчого процесу, їх комунікативні можливості та комунікативні впливи; місце та роль ЗМК у позиціонуванні політика і політичної організації; правила формування медіа-іміджу.</p> <p>Вміти: аналізувати політичні програми кандидатів; характеризувати переваги та недоліки ЗМК у позиціонуванні політичних кандидатів та партій.</p>	<p align="center">Тема 10. Політичні комунікації під час виборчого процесу</p> <p align="center">Лекція</p> <p align="center">План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Виборчий процес як сфера політичної комунікації. Комунікативні можливості та інформаційні впливи суб'єктів виборчого процесу. 2. Передвиборча агітація – форми, межі та ефективність. 3. Роль ЗМК у позиціонуванні політика і політичної організації. Поняття телекратії та «американізація» політичних кампаній. <p align="center">Список рекомендованих джерел:</p> <p><i>Основний:</i> 2 [с. 204-248], 3 [с. 58-65], 4 [с. 106-112].</p> <p><i>Додатковий:</i> 6 [с. 43-112], 11 [с. 112-143], 12 [с. 102-148], 13 [с. 123-158], 17 [с. 19-29], 18 [с. 130-161], 19 [с. 243-265], 20 [с. 217-267], 22 [с. 201-234].</p> <p><i>Інтернет-ресурси:</i> 26, 27, 29, 30, 31-34, 36-39.</p> <p align="center">Семінарське заняття</p> <p align="center">План семінарського заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Передвиборчі програми та дебати – правила проведення, приклади, тактичні прийоми. 2. Перевага медіа-іміджу конкретного політика над пропонованою виборцям програмою. 3. Домінуюча роль телебачення серед інших комунікативних каналів. 4. Розгул «брудних технологій» або «чорного PR». «Брудні технології» як «паплюжна кампанія». 5. Принцип прозорості виборів. Міжнародні та вітчизняні стандарти висвітлення виборів у ЗМІ. <p align="center">Ділова гра: «Вибори Президента групи»</p> <p align="center">Мета: оволодіти ораторським мистецтвом і грамотно викладати свою позицію в процесі комунікації з учасниками</p>	<p align="center">2</p> <p align="center">2</p>
---	--	---

<p>Знати: особливості, риси та способи створення і впровадження неформальних комунікацій як складових політичних комунікацій.</p> <p>Вміти: визначати тип неформальних політичних комунікацій, їх способи та мету створення.</p>	<p align="center">Тема 11. Неформальні політичні комунікації як елемент політичної боротьби</p> <p align="center">Лекція</p> <p align="center">План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Неформальні політичні комунікації та їх типологія. 2. Чутки як інструмент політичного маніпулювання. 3. Дискурс політичного гумору. Гумор як політико-комунікативна технологія. <p align="center">Список рекомендованих джерел: <i>Основний: 1 [с. 188-223]. Додатковий: 9 [с. 52-114], 13 [с. 159-191], 18 [с. 267-289], 21 [с. 315-362]. Інтернет-ресурси: 25, 27, 37, 38.</i></p> <p align="center">Семінарське заняття</p> <p align="center">План семінарського заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Чутки: типологія та способи їх розповсюдження і трансформації. Реалізація чуток через Інтернет. 2. Використання соціальних мереж в політичній боротьбі. 3. Міфи та легенди політичного процесу. Людина-легенда в політичній діяльності. 4. Політичний плакат та карикатура як засоби ідеологічної боротьби. 5. Політичний гумор як спосіб розкритки політичного лідера. Анекдоти в політиці. 6. <i>Створити по 3 приклади політичних чуток, міфів, легенд та представити на семінарському занятті.</i> <p align="center">Завдання для самостійної роботи студентів:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Підготувати дайджест на тему «Напрямки впливу неформальних політичних комунікацій на населення». 2. <i>Підготуватися до роботи в малих групах на одну з тем:</i> 	<p align="center">2</p> <p align="center">2</p>
--	--	---

<p>Знати: сутність, особливості та характерні риси політичних міфів та стереотипів і їх роль в сучасному інформаційному просторі; основні підходи до розуміння інформаційної війни та інформаційного тероризму та засоби захисту від них.</p> <p>Вміти: аналізувати політичні міфи та стереотипи; характеризувати різновиди політичного дискурсу, інформаційні війни ХХІ ст.</p>	<p>Тема 12. Політичні міфи та інформаційна війна в системі політико-комунікаційного процесу</p> <p>Лекція План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Міфи та стереотипи у сучасному інформаційному просторі. Теорія стереотипізації У. Ліппманна. 2. Інформаційна війна як форма політико-комунікаційного процесу. Підходи до розуміння терміну «інформаційна війна». 3. Інформаційний тероризм в політичній комунікації та способи захисту від нього. <p>Список рекомендованих джерел: <i>Основний:</i> 1 [с. 224-257], 2 [с. 247-284]. <i>Додатковий:</i> 8 [с. 141-197], 13 [с. 192-212], 17 [с. 162-186], 18 [с. 290-294], 23 [с. 331-401]. <i>Інтернет-ресурси:</i> 25, 27, 31, 33, 34, 37.</p> <p>Семінарське заняття План семінарського заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сутність та функції політичного міфу. Природа та роль віри у формуванні міфів. Національні міфи. 2. Політична мова, політичний дискурс, символ, месидж, гасло, програма. 3. Різновиди політичного дискурсу за комунікативними цілями, тематикою, функціями, акторами, інформаційними каналами. 4. Інформаційні війни ХХІ століття: особливості та результати проведення. 5. Особливості використання політичної міфології в інформаційній війні. <p>Завдання для самостійної роботи студентів:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Підготуватися до дискусії на тему: «Деструктивний потенціал інформаційної війни». 	<p>2</p> <p>2</p>
--	--	-------------------

<p>Знати: поняття, сутність та зміст «електронної демократії», «електронного уряду», «електронного голосування» та світова практика їх використання.</p> <p>Вміти: характеризуват и міжнародний досвід застосування «електронної демократії», «електронного уряду», «електронного голосування», визначати їх небезпеки та ризики.</p>	<p align="center">Тема 13. «Електронна демократія» як комп'ютеро-опосередкована форма політичних комунікацій</p> <p align="center">Лекція План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття та зміст концепції «електронної демократії». 2. «Електронний уряд» як нова модель інформаційно-комунікативних відносин. 3. «Електронне голосування» як перший етап до прямої демократії. <p align="center">Список рекомендованих джерел: <i>Основний:</i> 1 [с. 258-312], 2 [с. 302-361]. <i>Додатковий:</i> 7 [с. 8-21], 11 [162-187], 13 [с. 237-271], 14 [с. 143-192], 19 [с. 1276-153]. <i>Інтернет-ресурси:</i> 25, 27, 28, 29, 31-33, 35, 36-39.</p> <p align="center">Семінарське заняття План семінарського заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Моделі, інструменти та методи «електронної демократії». 2. «Електронний уряд»: проблеми та пріоритети. Особливості функціонування «електронного уряду» в країнах Європейського союзу. 3. Застосування «електронного голосування»: світовий досвід. 4. Особливості технологій Government relations (GR) – «зв'язки з державою», «зв'язки з органами державної влади». <p align="center">Круглий стіл на тему: «Електронна демократія» та «електронний уряд» в Україні.</p> <p>Ключові концепти: Концепції Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку електронної демократії в Україні та плану заходів щодо її реалізації», «Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні», «Про схвалення</p>	<p align="center">2</p> <p align="center">2</p>
---	--	---

<p>Знати: особливості політичних комунікацій в Україні, їх характерні і специфічні риси; особливості державної інформаційної політики та інформаційної безпеки України.</p> <p>Вміти: характеризувати «електронну демократію» та «електронний уряд» в Україні; аналізувати способи ведення інформаційної війни проти України та особливості політичної пропаганди та агітації в українській політиці.</p>	<p>Тема 14. Розвиток політичних комунікацій в Україні</p> <p>Лекція План лекції</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Політичні комунікації в українському суспільстві. Вплив ЗМІ на державну політику в Україні. 2. Інформаційна безпека України: сучасні виклики, загрози та механізми протидії негативним інформаційно-психологічним впливам. <p>Список рекомендованих джерел: <i>Основний:</i> 1 [с. 312-362], 4 [с. 112-127]. <i>Додатковий:</i> 6 [с. 164-202], 7 [с. 22-37], 11 [с. 188-211], 12 [с. 201-278], 13 [с. 272-301], 16 [с. 162-187], 17 [с. 165-186]. <i>Інтернет-ресурси:</i> 25-39.</p> <p>Семінарське заняття План семінарського заняття</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пропаганда та агітація як фактор ефективної модернізації українського суспільства. 2. Перспективи впровадження механізмів «електронної демократії» та «електронного уряду» в Україні. 3. Перспективи впровадження «електронного голосування» в Україні. 4. Інформаційна війна проти України та способи її ведення. 5. Інформаційна безпека України в умовах Євроінтеграції. <p>Завдання для самостійної роботи студентів:</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Підготувати дайджест на тему «Особливості використання Інтернет-технологій в українській політиці». 6. Підготуватися до роботи в малих групах на одну з тем: <ul style="list-style-type: none"> • «Політична реклама в Україні (на 	<p>2</p> <p>2</p>
---	---	-------------------

Разом	180
Підсумковий результат	екзамен

** Курсивом визначено інтерактивні завдання з навчальної дисципліни «Політичні комунікації»*

3. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ*

Основний

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка наблік рилейшнз: навч. посіб. К. : МАУП, 2005. 440 с.
2. Бойко О.Д. Політичне маніпулювання: навч. посіб. К. : Академвидав, 2016. 432 с.
3. Віннічук О.В. Політичний маркетинг. Соціально-політичні комунікації: навч.-метод. посіб. Кам'янець-Подільський : Друкарня Рута, 2017. 68 с.
4. Гончарук-Чолач Т.В. Засоби масової інформації у політичному житті суспільства : навчальний посібник. К. : Вид-во Ліра-К, 2020. 252 с.

Додатковий

5. Башук А.І. Інформаційна політика: навч. посіб. Ч. 1. К. : Вид-во ІЖ КНУ ім. Т. Шевченка, 2007. 90 с.
6. Ганжуров Ю.С. Парламент України в політичній комунікації. К. : Україна, 2016. 352с.
7. Грицяк Н.В. Електронна демократія як механізм політичної взаємодії: навч. метод. рек. К. : НАДУ, 2018. 44 с.
8. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації: монографія. Вінниця : ВНТУ, 2010. 276 с.
9. Денисюк С.Г. Культурологічні виміри політичної комунікації: монографія. Вінниця : ВНТУ, 2012. 392 с.
10. Зражевська Н. Теорія медій та суспільства. К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2021. 192 с.
11. Ковалевський В. О. Інформаційна взаємодія у політико-владному полі великого міста. К. : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2013. 221 с.
12. Леонтєва Л. Є. Пропаганда як інформаційно-психологічний складник політичних процесів. Київ, Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2014. 298 с.
13. Макаренко Л. Політична комунікація у демократичних процесах в Україні: монографія. К. : Кий, 2017. 323 с.
14. Недбай В. В. Сучасні політичні комунікації: медійно-технологічний аспект. Одеса : Фенікс, 2017. 328 с.
15. Тищенко Ю. Моделі політичної комунікації: політичні партії та громадянське суспільство. К. : Укр. незалеж. Центр політ. дослідж., 2016. 148 с.

16. Трухачов О.І. Соціокультурні та ідейно-політичні аспекти впливу державно-виконавчих установ на засоби масової комунікації: монографія. К. : Ун-т економіки та права «КРОК», 2018. 199 с.
17. Фейки як інструмент впливу на вибори. Аналітична доповідь / Ред. Дубов Д.В. К. : Нац. ін-т стратег. дос-нь, Центр безпек. дос-нь, 2020. 209 с.
18. Штротмайер Г. Політика і мас-медіа [пер. з нім. А. Орган]. К. : КМА, 2018. 303 с.
19. Яковлев Д.В. Політична взаємодія як комунікативний процес: медіатизація, демократизація, раціоналізація: монографія. Одеса : Астропринт, 2015. 288 с.
20. Gunter R. Democracy and the Media: A comparative perspective. New York : Cambridge University Press, 2014. 496 p.
21. Kenski K. & Hall Jamieson K. The Oxford Handbook of Political Communication. Oxford University Press, 2017. 976 p.
22. McNair B. An introduction to political communication. UK : Routledge, 2017. 266 p.
23. Reinemann C. Political Communication. Walter de Gruyter GmbH & Co KG, 2014. 648 p.
24. Voltmer K. Mass Media and Political Communication in New Democracies. New York, 2016. 252 p.

Інтернет-ресурси

25. Верховна Рада України: офіційний веб-портал. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua/>
26. Громадянське суспільство і влада: урядовий веб-сайт. – Режим доступу: http://civic.kmu.gov.ua/consult_mvc_kmu/news/article
27. Державне агентство з питань електронного урядування: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://e.gov.ua>
28. Інститут стратегічних оцінок при Президентському фонді Леоніда Кучми «Україна». – Режим доступу: <http://www.kuchma.org.ua/ico/monitoring/>
29. Кабінет міністрів України. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>
30. Комітет народного контролю: сайт. – Режим доступу: <http://knk.media/ua>
31. Міжнародний центр перспективних досліджень. – Режим доступу: <http://www.icps.kiev.ua/library>
32. Міністерство закордонних справ України. – Режим доступу: <http://www.mfa.gov.ua/>
33. 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>

34. Національний інститут стратегічних досліджень. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/>
35. Національний центр електронного урядування. – Режим доступу: <http://nc.da-gov.adamant.ua>
36. Президент України: офіційне інтернет-представництво. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/>
37. Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова. – Режим доступу: <http://www.razumkov.org.ua>
38. Український центр політичного менеджменту. – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/>
39. Урядовий портал: єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/>

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