

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА

Кафедра політології



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор

науково-педагогічної роботи

Майя НІКОЛАЄВА

2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ

Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський)

Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність: 052 «Політологія»

Освітньо-професійна програма: Політологія

ОНУ

2024

Робоча програма навчальної дисципліни «Політичні комунікації» Одеса:
ОНУ.20с.

Розробник: **Є. С. Огаренко**, кандидат філософських наук, доцент.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри політології
Протокол № 1 від «30» серпня 2024р.

Завідувач кафедри _____
(підпис) (прізвище та ініціали) Світлана КОЧ

Погоджено із гарантом ОПП Політологія
(підпис) (прізвище та ініціали) Ірина МИЛОСЕРДНА

Схвалено навчально-методичною комісією (НМК) ФМВПС
Протокол № 1 від «30» серпня 2024р.

Голова НМК _____
(підпис) Олег ХОРОШИЛОВ
(прізвище та ініціали)

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри

Протокол № від « » 20 р.

Завідувач кафедри _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри

Протокол № від « » 20 р.

Завідувач кафедри _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		<i>денна форма навчання</i>	<i>заочна форма навчання</i>
Загальна кількість: кредитів – 4 годин – 120 змістових модулів – 2 ІНДЗ	Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» Спеціальність 052 «Політологія» Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський)	Обов'язковий ОК 24	
		<i>Рік підготовки:</i>	
		4-й	4-й
		<i>Семестр</i>	
		7-й	8-й
		<i>Лекції</i>	
		20 год.	14 год.
		<i>Практичні</i>	
		20 год.	-
		<i>Лабораторні</i>	
		<i>Самостійна робота</i>	
		80 год.	106 год.
		Форма підсумкового контролю: залік	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою дисципліни є ознайомлення здобувачів із сутністю, специфікою, структурою, формами, засобами (зокрема, мас-медійними) політичної комунікації, її вербальною і невербальною складовими, знаково - символічними засадами політичної комунікації, сучасними мас-медійними технологіями.

Завданнями дисципліни є: поглиблення розуміння здобувачів сутності політичного процесу, розуміння його знаково-символічних, психологічних основ, розуміння особливостей маркетингових та немаркетингових комунікативних технологій, ролі та специфіки мас - медіа у сучасних політичних комунікаціях, сучасних мас-медійних технологій, зокрема, впливу регіональних медіа на перебіг політичних подій в Одесі і в Одеській області.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування наступних компетентностей:

ІК: Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у політичній сфері, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, із застосуванням теорій та методів політичної науки.

ЗК01. Знання предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК04. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК05. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

СК01. Здатність використовувати категорійно-понятійний та аналітично-дослідницький апарат сучасної політичної науки.

СК07. Здатність застосовувати теорії та методи прикладної політології, політичних комунікацій, спеціальних політологічних дисциплін у професійній діяльності.

Очікувані результати навчання:

РН01. Розуміти предметну область, етичні та правові засади професійної діяльності.

РН08. Вміти використовувати базовий категорійно-понятійний та аналітично-дослідницький апарат сучасної політичної науки.

РН12. Вміти аналізувати взаємодію політичних акторів та інститутів, владу та урядування, політичні системи та режими, політичну поведінку у різних контекстах їх функціонування.

РН13. Вміти аналізувати публічну політику на місцевому, національному, європейському та глобальному рівні.

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Політичні комунікації» здобувач повинен :

знати: сутність, специфіку, структуру, технології, техніки політичної комунікації. сучасні мас-медійні технології, вербальну і невербальну складові політичної комунікації; знаково - символічні засади політичної комунікації;

вміти: визначати ефективність тих чи інших складових політичної комунікації; аналізувати засоби політичної комунікації (зокрема, сучасні мас

медійні технології), що використовуються політичними акторами; використовувати набуті знання під час підготовки матеріалів рекламно - агітаційного, пропагандистського, мас-медійного характеру.

володіти: навичками збору, теоретичного аналізу і узагальнення поточної соціально-політичної інформації, у тому числі за допомогою електронних засобів і систем.

Практична складова: розробити аналітичну довідку стосовно партійно – політичного впливу на діяльність певних медіа в Одеському регіоні.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Структурна та символічна організація політичної комунікації.

Тема 1. Вступ до курсу. Політична комунікації в сучасному світі.

Поняття та сутність комунікації. Ч. Кулі про сутність та значення комунікації. Поняття комунікації в системній концепції суспільства Н. Лумана. Специфіка політичної комунікації, її форми, функції (за Г. Лассвеллом), поняття політичного меседжу та його інтерпретації. Значення політичної комунікації в демократичному суспільстві, її ефективність, взаємозв'язок ефективності управління та упорядкування інформації (за К. Дойчем). Особливості політичної комунікації в сучасному світі (за Ж. Бодрійяром, Гі Дебором, М. Маклуеном).

Тема 2. Структурна організація процесу політичної комунікації.

Лінійна структура комунікативного процесу. Г. Ласвелл про основні складові ефективною комунікації та значення їх аналізу. Семантичний, технічний та інфлуентальний рівні політичної комунікації. «Гарячі» та «холодні» засоби комунікації в концепції М. Маклуена. Повідомлення, інформація та розуміння як складові комунікації (Н. Луман). Повідомлення і текст. Фактори підвищення ефективності зворотного зв'язку у політичній комунікації. Повідомлення і код. Повідомлення і контекст. Роль посередника в процесі політичної комунікації. Посередник як перекладач (М. Маклуен). «Теорія дифузії» розповсюдження інформації Е. Роджерса. Роль реципієнта у зворотному зв'язку.

Тема 3. Семіотичні засади політичної комунікації.

Поняття знака та знакової системи в семіотиці. Семіотична «тріада»: знак, значення, означуване. Типологія знаків та знакових систем: знаки-ікони, знаки-індекси, знаки-символи. Природні, штучні, невербальні знакові системи. Поняття семіозису. Політичний аспект семіозису. Політичні технології управління семіотичними процесами: блокування текстів, уніфікація знакових систем, утилітаризація знакових систем. Значення природної мови як елемента політичного впливу на суспільство, поняття «мовної політики». Використання різних типів знаків в політичній рекламі.

Тема 4. Символічна організація комунікативного простору.

Специфіка і значення символічної комунікації. Поняття символу. Сакральне значення символічної комунікації. Г. Ласвелл про символічний аспект політики і різновиди політичних символів. Політичне значення і використання візуальної символіки. Політичні технології експлуатації символів: експлуатація символічного часу, символічного простору, символів перемоги і поразки. Значення символіки кольору у політичній комунікації. Походження сучасної кольорової політичної символіки. Кольори політичних партій і рухів. Символіка політичних партій України. Психологічний аспект символіки кольору.

Тема 5. Вербальні та невербальні елементи політичної комунікації.

Основні форми вербальної політичної комунікації. Правила ефективного вербального спілкування. Семантичний, стилістичний, фонетичний, логічний бар'єри, що виникають у процесі вербальної комунікації. Риторичні засоби ефективного спілкування, керування увагою слухачів. Політична промова. Вербальні елементи ефективною пропаганди і реклами.

Поняття невербальної комунікації та її значення в політиці. Різновиди невербальних знаків. Типові невербальні знаки у політичній комунікації. Невербальні ознаки брехні чи нещирості під час спілкування. «Теорія брехні» П. Екмана. Невербальні знаки спілкування в українському політикумі. Невербальні елементи інформації у політичній рекламі. НЛП – технології у політичній рекламі.

Змістовий модуль 2. Основні технології та техніки політичної комунікації.

Тема 6. Мобілізаційні технології політичної комунікації. Пропаганда, агітація, інформаційна війна.

Поняття та специфіка мобілізаційної політичної комунікації. Пропаганда та агітація як засоби інформаційної мобілізації суспільства. Базові засади пропаганди: риторика, міф, символізм. Емоційність політичної пропаганди. Міфотворчість як пропагандистська технологія. Міф як стан свідомості. Українські політичні міфи. Специфіка пропагандистських технологій: спрощення та повторюваність, імлікативний ефект, техніки «політичної номінації» та «лінгвістичної депривації», «когнітивного дисонансу», «диверсія уваги». НЛП як пропагандистська технологія.

Тема 7. Маркетингові технології політичної комунікації. Реклама, іміджмейкінг, піар.

Поняття та технології маркетингової політичної комунікації. «Конс'юмеризація» сучасної політики. «Селебритизація» сучасних політиків. Специфіка «політичного товару» як «унікальної політичної пропозиції» (УПП). Політична реклама: історія та сучасність. Стереотипність та ексклюзивність політичної реклами. Умови ефективності політичної реклами. «Піар» як форма непрямой реклами. Відмінності прямої та непрямой реклами. Поняття «чорного піару». Функції, завдання та складові політичного іміджу. Послідовність формування іміджу. Домінуючи стереотипи політичного іміджу. Іміджмейкер як професія.

Тема 8. Специфіка та функції мас-медійної політичної комунікації. Сучасні маркетингові медіа-технології.

Поняття та функції мас-медійної комунікації. Поняття «дисфункції» мас-медіа (Р. Мертон). Поняття мас-медійного коду Н. Лумана. Мас-медіа як особливий дискурс суспільства у формі «мозаїчної корпоративної пам'яті». «Новини» як повідомлення та «мистецтво» «створення новин». Традиційні «новинні цінності». Подія як фактор організації комунікативного простору. Політичне управління сучасною мас-медійною комунікацією. Сучасні «новинні цінності». Поняття «новинного порядку денного». «Інфотейнмент» як поєднання інформації та розважання в політичних новинах. «Фреймінг» як засіб управління суспільною думкою. Поняття «спіну» та його значення як політичного впливу на мас-медіа. «Саундбайтинг» та його значення як фактору зворотного зв'язку.

Тема 9. Інтернет як форма політичної комунікації. Сучасні комунікативні інтернет-технології

Поняття та специфіка політичної Інтернет – комунікації: реципієнт як генератор інформації, відсутність ідеологічної цензури, відсутність просторово-часових обмежень. Комерціалізації інтернет та її значення для сучасної політичної комунікації. Розповсюдження інтернет-комунікації як форма нової соціальної нерівності. Поняття «комп'ютерної лівизни», поняття та проблеми розвитку «е – демократії», поняття «електронного уряду» та перспективи його розвитку. Спроби державного і громадянського регулювання інтернет-комунікації. Інтернет-комунікації як «атомізований» комунікативний простір, як «котеджне селище»(М. Кастельс), інтернет як «нове макрекерство», як «нове розвідувальне бюро» (Дж. Кін). Використання інтернету в сучасних виборчих технологіях.

Тема 10. Синтетичні форми політичної комунікації. Плітки, чутки, анекдоти, меми та їх технологічна складова

Поняття синтетичних форм політичної комунікації. Руморологія. Використання чуток і пліток у політичній комунікації . Умови народження, життєздатності та специфіка розповсюдження чуток. Значення і функції сміху у політичній комунікації. Сміх як «випускання пару». Егалітарна та ідентифікаційна функції сміху. Політичний гумор та

політична сатира. Політичний анекдот як показник ступеню політичної свободи у суспільстві. Анекдоти «радянської епохи». Поняття «мему». Специфіка мемів як елементів сучасної політичної комунікації. Популярні політичні меми.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	ср		л	п	лаб	інд	ср
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Структурна та символічна організація політичної комунікації.												
Тема 1. Вступ до курсу. Політична комунікація в сучасному світі	12	2	2			8	10					10
Тема 2. Структурна організація політичної комунікації	12	2	2			8	12	2				10
Тема 3. Семіотичні засади політичної комунікації.	12	2	2			8	12	2				10
Тема 4. Символічна організація комунікативного простору.	12	2	2			8	12	2				10
Тема 5. Вербальні та невербальні елементи політичної комунікації.	12	2	2			8	15	2				13
Разом за змістовим модулем 1	60	10	10			40	61	8				53
Змістовий модуль 2. Основні технології та техніки політичної комунікації.												
Тема 6. Мобілізаційні технології політичної комунікації. Пропаганда, агітація, інформаційна війна.	12	2	2			8	13					13
Тема 7. Маркетингові технології політичної комунікації. Реклама, іміджмейкінг, піар.	12	2	2			8	12	2				10
Тема 8. Специфіка та функції мас-медійної політичної комунікації Сучасні маркетингові медіа-технології.	12	2	2			8	12	2				10
Тема 9. Інтернет як форма політичної комунікації. Сучасні комунікаційні інтернет-технології.	12	2	2			8	10					10
Тема 10. Синтетичні форми політичної комунікації. Плітки,	12	2	2			8	12	2				10

чутки, анекдоти, меми та їх технологічна складова												
Разом за змістовим модулем 2	60	10	10			40	59	6				53
Усього годин	120	20	20			80	120	14				106

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Вступ до курсу. Політична комунікації в сучасному світі. Поняття та сутність комунікації. Ч. Кулі про сутність та значення комунікації. Поняття комунікації в системній концепції суспільства Н. Лумана. Специфіка політичної комунікації, її форми, функції (за Г. Лассвеллом), поняття політичного меседжу та його інтерпретації. Значення політичної комунікації в демократичному суспільстві, її ефективність, взаємозв'язок ефективності управління та упорядкування інформації (за К. Дойчем). Особливості політичної комунікації в сучасному світі (за Ж. Бодрійяром, Гі Дебором, М. Маклуеном).	2	-
2	Структурна організація політичної комунікації Лінійна структура комунікативного процесу Г. Ласвелла, основні складові комунікації, семантичний, технічний та інфлуентальний рівні політичної комунікації. Поняття «гарячих» та «холодних» засобів комунікації (М. Маклуен). Поняття коду і контексту. Поняття ефективної комунікації, фактори підвищення ефективності зворотного зв'язку у політичній комунікації. Роль посередника та реципієнта в ефективному зворотному зв'язку.	2	-
3	Семіотичні засади політичної комунікації. Поняття знака та знакової системи, семіотичної «тріади» (знак, значення, означуване). Типологія знаків та знакових систем (знаки-ікони, знаки-індекси, знаки-символи), природні, штучні, невербальні знакові системи, Поняття семіозису та його політичний аспект, значення природної мови як елементу політичного впливу на суспільство, поняття «мовної політики». Політичні технології управління семіотичними процесами (блокування текстів, уніфікація знакових систем, утилітаризація знакових систем). Використання різних типів знаків в політичній рекламі.	2	-
4	Символічна організація комунікативного простору. Поняття символу, специфіка і значення символічної комунікації, сакральне значення символічної комунікації. Політичне значення і форми використання візуальної символіки. Значення символіки кольору у політичній комунікації, кольори політичних партій і рухів, символіку політичних партій України. Політичні технології експлуатації символів (експлуатація символічного часу, символічного простору, символів перемоги і поразки). Психологічний аспект символіки кольору в політиці.	2	-

5	<p>Вербальні та невербальні елементи політичної комунікації. Основних форми вербальної політичної комунікації, правила ефективного вербального спілкування. Поняття семантичного, стилістичного, фонетичного, логічного бар'єрів, що виникають у процесі вербальної комунікації. Риторичні засоби ефективного спілкування, керування увагою слухачів. Поняття невербальної комунікації, різновидів невербальних знаків. Типові невербальні знаки у політичній комунікації, невербальні знаки спілкування в українському політикумі.</p>	2	-
6	<p>Мобілізаційні технології політичної комунікації. Пропаганда, агітація, інформаційна війна. Поняття та специфіки мобілізаційної політичної комунікації. Поняття пропаганди та агітації як засобів інформаційної мобілізації суспільства. Базові засади пропаганди (риторика, міф, символізм), типові пропагандистські технології (спрощення та повторюваність, імплікативний ефект, «політична номінація» та «лінгвістична депривація»), «когнітивний дисонанс», «диверсія уваги»). Специфіки НЛП як пропагандистської технології.</p>	2	-
7	<p>Маркетингові технології політичної комунікації. Реклама, іміджмейкінг, піар. Поняття та форми маркетингової політичної комунікації, специфіки «політичного товару» як «унікальної політичної пропозиції» (УПП). Історія та сучасність політичної реклами, поняття «піару» як форма непрямой реклами, функцій та складові політичного іміджу. Послідовність формування іміджу. «Конс'юмеризація» сучасної політики, «селебритизація» сучасної політики, поняття «домінуючого стереотипу» у формуванні політичного іміджу.</p>	2	-
8	<p>Специфіка та функції мас-медійної політичної комунікації Сучасні маркетингові медіа-технології. Поняття та функції мас-медійної комунікації, поняття «дисфункції» мас-медіа (Р. Мертон). Поняття мас-медійного коду (Н. Луман), мас-медіа як особливого дискурсу суспільства у формі «мозаїчної корпоративної пам'яті». Поняття «традиційних новинних цінностей». Подія як фактор організації комунікативного простору. Поняття сучасних «новинних цінностей», формування «новинного порядку денного». «Інфотейнмент» як поєднання інформації та розважання в політичних новинах, «фреймінгу» як засобу управління суспільною увагою. Поняття «спіну» та його значення як фактору політичного впливу на мас-медіа.</p>	2	-
9	<p>Інтернет як форма політичної комунікації. Сучасні комунікаційні інтернет-технології. Поняття та специфіка політичної інтернет – комунікації (реципієнт як генератор інформації, відсутність ідеологічної цензури, відсутність просторово-часових обмежень). Комерціалізація інтернет та її значення для сучасної політичної комунікації, поняття «комп'ютерної левізні», поняття та проблеми розвитку «е – демократії», поняття «електронного уряду» та перспективи його розвитку. Інтернет-комунікація як «атомізований» комунікативний простір. «Нове макрекерство», як «розвідувальне бюро» (Дж. Кін). Використання інтернет в</p>	2	-

	сучасних виборчих технологіях		
10	<p>Синтетичні форми політичної комунікації. Плітки, чутки, анекдоти, меми та їх технологічна складова</p> <p>Поняття синтетичних форм політичної комунікації.</p> <p>«Руморологія» про умови народження, життєздатності та специфіка розповсюдження чуток. Значення і функції сміху у політичній комунікації (сміх як «випускання пару», егалітарна та ідентифікаційна функції сміху). Політичний анекдот як показник ступеню політичної свободи у суспільстві, особливості анекдотів «радянської епохи». Специфіки мемів як елементів сучасної політичної комунікації).</p> <p>Індивідуальне навчально - дослідне завдання: розробити аналітичну довідку стосовно партійно – політичного впливу на діяльність певних медіа в Одеському регіоні</p>	2	-

6. Теми семінарських занять (не передбачено)

7. Теми лабораторних занять. (не передбачено)

8. Самостійна робота.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин ден./заоч.
1	<p>Вступ до курсу. Політична комунікації в сучасному світі. [1] [2] [3] [4]</p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ: Надайте відповіді в самостійній письмовій роботі. Зверніть увагу на поняття масової комунікації і її зв'язку з політикою, поняття політичного меседжу. Усвідомте значення і роль політичної комунікації саме в демократичному суспільстві.</p>	8/10
2	<p>Структурна організація політичної комунікації. [1] [2] [3] [4]</p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ: Надайте відповіді в самостійній письмовій роботі. Зверніть увагу на лінійну модель політичної комунікації Г. Ласвелла, на поняття інфлуентального рівня політичної комунікації. Порівняйте з іншими моделями комунікації. Усвідомте залежність ефекту зворотного зв'язку від розуміння коду меседжу, інтерпретації посередника та контексту.</p>	8/10
3	<p>Семіотичні засади політичної комунікації. [1] [2] [3] [4]</p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ: Надайте відповіді в самостійній письмовій роботі. Зверніть увагу на типологію знаків та знакових систем та їх використання в політичних меседжах, зокрема, в рекламних. Усвідомте значення політичних технологій в управлінні семіотичними процесами.</p>	8/10
4	<p>Символічна організація комунікативного простору. [1] [2] [3] [4]</p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ: Надайте відповіді в самостійній письмовій роботі. Зверніть увагу на специфіку символічних знаків та різноманітність політичної символіки. Проаналізуйте символіку українських політичних партій, зверніть увагу на кольорову символіку, зокрема, на «помаранчеву».</p>	8/10

5	<p>Вербальні та невербальні елементи політичної комунікації. [1] [2] [3] [4]</p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ: Надайте відповіді в самостійній письмовій роботі. Зверніть увагу на специфіку вербальних технік політичної комунікації, зокрема, «методику Бейтсона». Проаналізуйте специфіку невербальних знаків у меседжах сучасних українських політиків, характерні жести.</p>	8/13
6	<p>Мобілізаційні технології політичної комунікації. Пропаганда, агітація, інформаційна війна. [1] [2] [3] [4]</p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ: Надайте відповіді в самостійній письмовій роботі. Зверніть увагу на поняття «монополізації» інформаційного простору. Усвідомте специфіку пропагандистських технологій, їх риторичну, міфологічну і символічну складові.</p>	8/13
7	<p>Маркетингові технології політичної комунікації. Реклама, іміджмейкінг, піар. [1] [2] [3] [4]</p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ: Надайте відповіді в самостійній письмовій роботі. Зверніть увагу на поняття «політичного товару». Усвідомте специфіку маркетингових технологій, зокрема, різницю між рекламними і піар-технологіями.</p>	8/10
8	<p>Специфіка та функції мас-медійної політичної комунікації Сучасні маркетингові медіа-технології. [1] [2] [3] [4]</p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ: Надайте відповіді в самостійній письмовій роботі. Зверніть увагу на поняття «бінарного коду» (за Н. Луманом) мас-медійної інформації. Усвідомте технології формування інформаційного «порядку денного», «інфотейнменту», «фреймінгу».</p>	8/10
9	<p>Інтернет як форма політичної комунікації. Сучасні комунікаційні інтернет-технології. [1] [2] [3] [4]</p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ: Надайте відповіді в самостійній письмовій роботі. Зверніть увагу на поняття «атомізації», таргетування та сегментації інтернет-комунікативного простору. Усвідомте значення сучасних інтернет-технологій, зокрема, «ботів» в організації виборчих кампаній.</p>	8/10
10	<p>Синтетичні форми політичної комунікації. Плітки, чутки, анекдоти, меми та їх технологічна складова. [1] [2] [3] [4]</p> <p>Опрацюйте рекомендовану літературу. ІНДЗ: Надайте відповіді в самостійній письмовій роботі. Зверніть увагу на значення та функції сміху в політичній комунікації. Усвідомте специфіку синтетичної політичної комунікації та її технологічну складову, зокрема, в руморології. Підготуйте аналітичну довідку стосовно партійно – політичного впливу на діяльність певних медіа в Одеському регіоні.</p>	8/10
	Всього	80/106

До самостійної роботи відноситься: [1] – підготовка до лекцій, практичних занять; [2] – написання рефератів/презентацій, есе; [3] — підготовка до дискусій; [4] – підготовка індивідуального навчально-дослідного завдання.

9. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

При вивченні навчальної дисципліни «Політичні комунікації» застосовуються словесний, наочний, практичний методи навчання: читання лекції, опрацювання текстів основних робіт дослідників, роботу з навчальною та спеціальною літературою, індивідуальні консультації.

Словесні та наочні методи навчання (лекційні заняття; опитування; консультування; доповіді та мультимедійні презентації);

Практичні (тестові вправи; опрацювання матеріалу шляхом підготовки презентації);

Колективне та індивідуальне опрацювання завдань (колективне обговорення, виконання та презентація ІНДЗ, обговорення проблемних питань та результатів самостійної роботи).

Для розв'язання учбово-професійних завдань навчальної дисципліни застосовано комплексний підхід до діяльності у процесі навчання. Використовуються класичні дидактичні методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності (лекція-пояснення, бесіда, контроль, самоконтроль, взаємоконтроль і т.п.)

Основні форми (методи) проведення занять – це різні типи лекцій, а також практичні заняття – теоретичне обговорення питань, дискусія, конференція, співбесіда, реферативна форма, презентація, інтерактивний онлайн дискурс.

9. ФОРМИ КОНТРОЛЮ

Засоби діагностики якості освіти включають в себе поточний, періодичний та підсумковий контроль.

Поточний контроль: усний контроль: індивідуальне і фронтальне опитування, захист рефератів/презентацій, доповідь; письмовий контроль: оцінювання якості виконання самостійної роботи за темами;

Періодичний контроль: тестовий контроль: оцінювання контрольних робіт за змістовими модулями (можливо тестування, контрольне опитування).

Підсумковий контроль: залік

Критерії оцінювання результатів навчання:

Опитування на занятті, участь здобувачів в обговоренні проблемних питань	0	Здобувач не бере участь у практичному занятті, є лише спостерігачем; ніколи не виступає і не задає питання; дає неправильні відповіді на запитання, показує незадовільне знання понятійного апарату і джерел.
	1-4	Здобувач іноді бере участь в практичному занятті; частково виступає і задає питання; допускає помилки під час відповідей на запитання; показує пасивну роботу на практичних заняттях; показує фрагментарні знання понятійного апарату і літературних джерел.
	5-10	Здобувач бере активну участь у практичному занятті, в обговоренні проблемних питань, користується додатковою літературою; вміє сформулювати своє ставлення до проблеми; висловлює власні міркування, наводить доцільні приклади; здатний публічно представити матеріал.
Виконання рефератів за однією із запропонованих тем; доповідь та	0	Не зараховуються реферати (доповіді) та презентації, які виконані не самостійно або запозичені з мережі Інтернет.
	3	Доповідь та презентація самостійними, але не опрацьована актуальність, теоретичний аналіз дано описово, змістовний матеріал є формальним, висновки не конкретизовані (відсутні), тема не розкрита.

демонстрація презентації	4-5	Доповідь та презентація виконані самостійно, оформлення відповідає вимогам із незначними порушеннями, опрацьована актуальність теми, теоретичний аналіз містить неточності, усно здобувач пояснює матеріал невпевнено, змістовний матеріал представлений добре, у висновку сформульовані загальні висновки, тема загалом розкрита із незначними прогалинами.
	6-8	Доповідь та презентація виконані самостійно, опрацьована актуальність теми із зазначенням невіршених раніше аспектів, теоретичний аналіз ґрунтовний, здобувач без допомоги викладача пояснює матеріал, самостійні висновки, тема загалом розкрита, інформація у презентації подана із використанням самостійно розроблених схем, містить посилання на джерела, хоча здобувач іноді недостатньо вміло в усній формі може сформулювати деякі положення доповіді.
	9-10	Доповідь та презентація виконані самостійно, актуальність розкрита із зазначенням невіршених раніше аспектів, правильно визначені об'єкт і предмет, гіпотеза, теоретичний аналіз ґрунтовний, здобувач вільно презентує матеріал; зміст презентації не перевантажений слайдами з текстовим матеріалом; у висновку – самостійні ґрунтовні судження, підкріплені доказами, містить посилання на джерела.
Контрольна робота	0	Відповіді неправильні (у тестових роботах)
	0-10	Контрольна робота (опитування) за кожним змістовним модулем.

11. ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Поняття, функції комунікації у суспільному житті, специфіка масової комунікації.
2. Поняття, специфіка, функції, форми сучасної політичної комунікації.
3. Структурна організація політичної комунікації (за Г. Лассвелом).
4. Рівні політичної комунікації (за Дж. Томпсоном).
5. «Гарячі» и «холодні» засоби політичної комунікації (за М. Маклуеном).
6. Повідомлення, текст та їх специфіка в сучасній політичній комунікації.
7. Політичне повідомлення (меседж), код, контекст.
8. Роль посередника та реципієнта в сучасній політичній комунікації.
9. Семіотичні засади політичної комунікації.
10. Політичні технології управління знаковими системами.
11. Символи, політична символіка та її роль в комунікації.
12. Символіка кольору в політичній комунікації.
13. Символіка українського політичного простору.
14. Значення, форми, ефективність вербальної політичної комунікації.
15. Невербальні знаки в політичній комунікації: значення, типологія.
16. Невербальні меседжі українських політиків.
17. Поняття та специфіка мас - медійної політичної комунікації.
18. «Код» та специфіка мас – медійного дискурсу (за Н. Луманом).
19. Новинні цінності і політичне управління новинним порядком денним.
20. Подієва організація мас – медійного комунікативного простору.
21. «Інфотейнмент» як технологія мас – медійної комунікації.
22. Поняття «спін» та його роль в сучасній політичній комунікації.
23. «Фреймінг» як засіб організації сучасної політичної комунікації.
24. «Саундбайтинг» як засіб організації сучасної політичної комунікації.
25. Демократія та поняття декадансу мас – медіа.
26. Пропаганда, агітація, інформаційна війна як мобілізаційні технології політичної комунікації.
27. Основні пропагандистські техніки та практика їх використання.
28. Пропаганда та її ефективність в ситуації російської агресії в Україні
29. Реклама як форма маркетингової політичної комунікації, її різновиди.
30. Піар як форма маркетингової політичної комунікації та його відмінність від реклами.
31. Іміджмейкінг та його роль в сучасній політичній комунікації.
32. Поняття та специфіки політичної інтернет – комунікації.
33. Поняття «комп'ютерної лівизни» та проблеми розвитку «е – демократії».
34. Поняття «електронного уряду» та перспективи його розвитку.
35. «Фейкові новини» як елемент політичної сучасної політичної комунікації.
36. Поняття та форми синтетичної політичної комунікації.
37. Значення та функції сміху в політичній комунікації.
38. Політичний анекдот та його значення в політичній комунікації.
39. Чутки та плітки в політичній комунікації. Руморологія.
40. Поняття «мем» та його значення в політичній комунікації. Сучасні інтернет – меми.
41. «Кольорові революції»: політичний та семантичний сенс визначення.
42. Теледебати як елемент виборчої кампанії.
43. Кіно як засіб політичної пропаганди.

44. Риторика, міф і символізм як елементи пропагандистських технологій.
45. Поняття «спін-доктор» та його значення в сучасній політичній комунікації.
46. Поняття та значення «селебритизації» в сучасній політичній комунікації.
47. Технології НЛП та їх значення в сучасній політичній комунікації.
48. Поняття «нове макрекерство» (Дж. Кін) як елемент політичної інтернет- комунікації.
49. «Шляхетний хакер» (Дж. Асанж) та його проект «WikiLeaks» в сучасній політичній комунікації.
50. «Новояз» як прояв семантичного тоталітаризму в романі Дж. Оруела «1984».

12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ

Поточний та періодичний контроль										Підсумковий контроль	Сума балів
Змістовий модуль №1					Змістовий модуль № 2						
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	залік	100
8	8	8	8	18 Модульний контроль №1	8	8	8	8	18 Модульний контроль №2		

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
85-89	B	добре	
75-84	C		
70-74	D	задовільно	
60-69	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

13. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Огаренко Є. С. Робоча програма навчальної дисципліни «Політичні комунікації» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 052 «Політологія».

Огаренко Є. С. Силабус навчальної дисципліни дисципліни «Політичні комунікації» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 052 «Політологія».

14. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

Квіт С. Масові комунікації. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018, 352 с.

Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / переклади з англ. Львів : Літопис, 2010, 538 с.

Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни. К.: Києво-Могилянська академія 2015, 497 с.

Чічановський А. А. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем : підручник. К.: Грамота, 2010, 568 с.

Додаткова

Богуш Д. Десять секретів політичних компаній. Київ. : Вид-во «Березовська», 2016. 158 с.

Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2012, 392 с

Екман П. Психологія брехні / пер. з англ. К: КМ - Букс, 2012, 320 с.

Луман Н. Реальність мас-медіа. К.: ЦВП, 2010. 158 с.

Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги / пер. з англ. К. : Ніка-Центр, 2015. 388 с.

Піз А., Піз Б. Мова рухів тіла. Розширене видання / пер. з англ. К: КМ - Букс, 2021. – 416 с.

Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.

Швець К. PR-технології передвиборчої президентської кампанії в Україні 2019 року. Майські студії. 2019. Вип. 4. С. 160–163

Lilleker Darren G. Political Communication and Cognition. Springer, 2014, 239 p.

Social Networking. Redefining Communication in the Digital Age / Ed. by A. Kurylo and T. Dumova. Fairleigh Dickinson University Press. Madison, Teaneck, 2016, 202 p.

15. ЕЛЕКТРОННІ ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Мінаков О. Вибори президента України: ключові політтехнології кандидатів. Радіо Свобода. 2019. 9 вересня. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29479164.html>

Огаренко Є. С. Політичні технології. Рішельєвській дистанційний. 5 відео. 2 квітня 2022 року. [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=kdt1xQqIzRU>

Різун В. В. Теорія масової комунікації. Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1>