

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

Кафедра політології



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Проректор з науково-педагогічної  
роботи

Майя НІКОЛАЄВА

» *Вересня* 2022 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ**

Рівень вищої освіти: *Перший (бакалаврський)*

Галузь знань *05 – Соціальні та поведінкові науки*

Спеціальність *052 – Політологія*

Спеціалізація:

Освітньо-професійна програма: Політологія


ОНУ  
2022-2023 н. р.

Робоча програма навчальної дисципліни «Політичні комунікації». Одеса:  
ОНУ, 2022. – 18 с.

Розробники: **Огаренко Є.С.**, канд. філос. наук, доцент, доцент кафедри  
політології

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри політології

Протокол № 1 від. "29" 08 2022 р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  Василь ПОПКОВ

Погоджено із гарантом ОПП \_\_\_\_\_  Василь ПОПКОВ

Схвалено навчально-методичною комісією (НМК) факультету МВПС

Протокол № 1 від. "30" 08 2022 р.

Голова НМК \_\_\_\_\_  Олег ХОРОШИЛОВ

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри політології

Протокол № 1 від. "28" 08 2022 р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  Василь ПОПКОВ

Переглянуто та затверджено на засіданні кафедри

Протокол № \_\_\_\_\_ від. "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Загальна кількість: кредитів – 4  годин – 120  змістових модулів – 2  ІНДЗ	Галузь знань <u>05 «Соціальні та поведінкові науки»</u>  Спеціальність 052 «Політологія»  Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський)	ДПП_ПНБ_17	
		<b>Рік підготовки:</b>	
		4-й	4-й
		<b>Семестр</b>	
		7-й	8-й
		<b>Лекції</b>	
		20 год.	14 год.
		<b>Практичні</b>	
		20 год.	- год.
		<b>Лабораторні</b>	
		год.	год.
		<b>Самостійна робота</b>	
		80 год.	106 год.
Форма підсумкового контролю: залік			

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета** Ознайомлення студентів 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.

**Завдання:** Поглиблення розуміння студентами 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:

### ПРОФЕСІЙНІ (ФАХОВІ) КОМПЕТЕНТНОСТІ

#### спеціалізовано-професійні

**КСП-09** – здатність використовувати професійно профільовані знання й практичні навички у сфері політичної комунікації та інформаційної діяльності, забезпечення зв'язків державно-політичних структур із громадськістю;

**КСП-13** – здатність використовувати професійно-профільовані знання й практичні навички у процесі політико-просвітницької та інформаційно-комунікативної діяльності;

#### Очікувані результати навчання.

<b>КСП-09</b>	РН47 – Проводити освітню й просвітницьку діяльність через інформаційні та культурні служби, які впливають на суспільну думку, в тому числі й за межами державних кордонів. РН48 – Здійснювати заходи щодо представництва інтересів суспільних груп, громадсько-політичних організацій, професійних колективів у відносинах з державними органами, поширювати інформацію з суспільно значущих проблемних питань у ЗМІ. РН49 – Приймати участь у здійсненні ефективної політики щодо громадських відносин, забезпеченні зв'язків з громадськістю. РН50 – Здійснювати управління політико-інформаційними процесами, надавати новини і матеріали для ЗМІ.
<b>КСП-13</b>	РН64 – Проводити освітню й просвітницьку діяльність через інформаційні та культурні служби, які впливають на суспільну думку, в тому числі й за межами державних кордонів. РН65 – Здійснювати заходи щодо представництва інтересів суспільних груп, громадсько-політичних організацій, професійних колективів у відносинах з державними органами, поширювати інформацію з суспільно значущих проблемних питань у ЗМІ.

#### У результаті вивчення даного курсу студент повинен

**знати:** сутність, специфіку, структуру, форми, засоби 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.

– *мати* навички збору, теоретичного аналізу і узагальнення поточної соціально-політичної інформації, у тому рахунку за допомогою електронних засобів і систем

### **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 ефективної 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 ефективної 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 форми та засоби політичної комунікації**

#### **Тема 6. Мобілізаційні форми 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, імплікативний ефект, прийоми «політичної номінації» та «лінгвістичної депривації», «когнітивного дисонансу», «диверсія уваги». НЛП як пропагандистська технологія.

#### **Тема 7. Маркетингові форми політичної комунікації. Реклама, іміджмейкінг, піар.**

Поняття та форми 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. Домінуючі стереотипи політичного іміджу. Іміджмейкер як професія.

### **Тема 8. Специфіка та форми 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.**

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 макреркерство», як «нове розвідувальне бюро» (Дж. Кін). Використання інтернету в сучасних виборчих технологіях.

### **Тема 10. Синтетичні форми політичної комунікації. Плітки, чутки, анекдоти, меми.**

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
<b>Модуль 1</b>												
<b>Змістовий модуль 1. Структурна та символічна організація політичної комунікації.</b>												
Тема 1. Вступ до курсу. Політична комунікація в сучасному світі	10	2				8	12	2				10
Тема 2. Структурна організація політичної комунікації	12	2	2			8	12	2				10
Тема 3. Семіотичні засади політичної комунікації.	10	2	2			6	12					12
Тема 4. Символічна організація комунікативного простору.	12	2	2			8	12	2				10
Тема 5. Вербальні та невербальні елементи політичної комунікації.	16	2	4			10	12					12
Разом за змістовим модулем 1	60	10	10			40	60	6				54
<b>Змістовий модуль 2. Основні форми та засоби політичної комунікації</b>												



Тема 6. Мобілізаційні форми політичної комунікації. Пропаганда, агітація, інформаційна війна.	12	2	2			8	10					10
Тема 7. Маркетингові форми політичної комунікації. Реклама, іміджмейкінг, піар.	12	2	2			8	12	2				10
Тема 8. Специфіка та форми мас- медійної політичної комунікації Сучасні маркетингові медіа- технології.	10	2	2			8	14	2				12
Тема 9. Інтернет як форма політичної комунікації.	12	2	2			8	14	2				12
Тема 10. Синтетичні форми політичної комунікації. Плітки, чутки, анекдоти.	12	2	2			8	10	2				8
Разом за змістовим модулем 2	60	10	10			40	60	8				52

Усього годин	120	20	20			80	120	14				106
--------------	-----	----	----	--	--	----	-----	----	--	--	--	-----

## 5. Семінарські заняття не передбачені планом

### 6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин
Змістовий модуль 1. Структурна та символічна організація політичної комунікації		
1	Структурна організація процесу політичної комунікації. (Вивчення лінійної структури комунікативного процесу, основних складових комунікації, семантичного, технічного та інфлуентального рівнів політичної комунікації, поняття «гарячих» та «холодних» засобів комунікації в концепції, поняття коду і контексту. Аналіз складових ефективної комунікації, факторів підвищення ефективності зворотного зв'язку у політичній комунікації, ролі посередника та реципієнта в ефективному зворотному зв'язку).	2
2	Семіотичні засади політичної комунікації. (Вивчення поняття знака та знакової системи, семіотичної «тріади» (знак, значення, означуване), типологію 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». Дослідження політичних технологій управління семіотичними процесами (блокування текстів, уніфікація знакових систем, утилітаризація знакових систем), використання різних типів знаків в політичній рекламі).	2
3	Символічна організація комунікативного простору. ( Вивчення поняття символу, специфіку 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. Дослідження політичних технологій експлуатації символів (експлуатація символічного часу, символічного простору, символів перемоги і поразки), психологічного аспекту	2

	символіки кольору).	
4	<p>Вербальні та невербальні елементи політичної комунікації.</p> <p>(Вивчення основних форми вербальної політичної комунікації, правил ефективного вербального спілкування, поняття семантичного, стилістичного, фонетичного, логічного бар'єрів, що виникають у процесі вербальної комунікації, риторичні засоби ефективного спілкування, керування увагою слухачів. Вивчення поняття невербальної комунікації, різновидів невербальних знаків, типових невербальних знаків у політичній комунікації, невербальних знаків спілкування в українському політикумі.</p> <p>Дослідження (Індивідуальне навчально - дослідне завдання: Здійснити аналіз мовно - символічних засобів, використаних в рекламному продукті у конкретній виборчій кампанії певного політичного актора. Проаналізувати ефективність чи не ефективність використаних засобів з точки зору досягненню певного результату. Виборчі кампанії не повинні співпадати у різних студентів).</p>	4
Змістовий модуль 2. Основні форми та засоби політичної комунікації.		
5	<p>Мобілізаційні форми політичної комунікації. Пропаганда, агітація, інформаційна війна.</p> <p>(Вивчення поняття та специфіки мобілізаційної політичної комунікації, понять пропаганда та агітація як засобів інформаційної мобілізації суспільства, базових засади пропаганди (риторика, міф, символізм), типових пропагандистських технологій (спрощення та повторюваність, імплікативний ефект, «політична номінація» та «лінгвістична депривації», «когнітивний дисонанс», «диверсія уваги»). Дослідження специфіки НЛП як пропагандистської технології).</p>	2
6	<p>Маркетингові форми політичної комунікації. Реклама, іміджмейкінг, піар.</p> <p>(Вивчення поняття та форм маркетингової політичної комунікації, специфіки «політичного товару» як «унікальної політичної пропозиції» (УПП), історії та сучасності політичної реклами, поняття «піару» як форма непрямой реклами, функцій та складових політичного іміджу. Послідовність формування іміджу. Дослідження «конс'юмеризації» сучасної політики, «селебритизації» сучасних політиків, поняття «домінуючого стереотипу» у</p>	2

	формуванні політичного іміджу).	
7	<p>Специфіка та форми мас-медійної політичної комунікації. Сучасні маркетингові медіа-технології.</p> <p>(Вивчення 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 «традиційні новинні цінності», події як фактору організації комунікативного простору. Дослідження сучасних «новинних цінностей», формування «новинного порядку денного», «інфотейнменту» як поєднання інформації та розважання в політичних новинах, «фреймінгу» як засобу управління суспільною думкою, поняття «спіну» та його значення як політичного впливу на мас-медіа).</p>	2
8	<p>Інтернет як форма політичної комунікації.</p> <p>(Вивчення поняття та специфіки політичної інтернет – комунікації (реципієнт як генератор інформації, відсутність ідеологічної цензури, відсутність просторово-часових обмежень), комерціалізації інтернет та її значення для сучасної політичної комунікації, поняття «комп'ютерної левізни», поняття та проблеми розвитку «е – демократії», поняття «електронного уряду» та перспективи його розвитку. Дослідження інтернет-комунікації як «атомізованого» комунікативного простору, як «нове макрекерство», як «нове розвідувальне бюро» (Дж. Кін), використання інтернету в сучасних виборчих технологіях).</p>	2
9	<p>Синтетичні форми політичної комунікації. Плітки, чутки, анекдоти, меми.</p> <p>Вивчення поняття синтетичних форм політичної комунікації, «руморологія», умов народження, життєздатності та специфіка розповсюдження чуток, значення і функції сміху у політичній комунікації (сміх як «випускання пару», егалітарна та ідентифікаційна функції сміху). Дослідження політичного анекдоту як показника ступеню політичної свободи у суспільстві, особливостей анекдотів «радянської епохи», специфіки мемів як елементів сучасної політичної комунікації.</p>	2
	Разом	20

**7. Лабораторні заняття не передбачені планом**  
**8. Самостійна робота**

№ з/п	Назва теми	Кількість годин ден./заоч.
1	Вступ до курсу. Політична комунікації в сучасному світі [1]	8/10
2	Структурна організація політичної комунікації [1] [2]	8/10
3	Семіотичні засади політичної комунікації [1] [2]	6/12
4	Символічна організація комунікативного простору [1] [2]	8/10
5	Вербальні та невербальні елементи політичної комунікації [1] [3] [4] Індивідуальне навчально - дослідне завдання: <i>Здійснити аналіз мовно – символічних засобів, використаних в рекламному продукті у конкретній виборчій кампанії певного політичного актора. Проаналізувати ефективність чи не ефективність використаних засобів з точки зору досягненню певного результату. (Виборчі кампанії не повинні співпадати у різних студентів)</i>	10/12
6	Мобілізаційні форми політичної комунікації. Пропаганда, агітація, інформаційна війна [1] [2]	8/10
7	Маркетингові форми політичної комунікації. Реклама, іміджмейкінг, піар [1] [2]	8/10
8	Специфіка та форми мас-медійної політичної комунікації Сучасні маркетингові медіа-технології [1] [2]	8/12
9	Інтернет як форма політичної комунікації. [1] [2]	8/12
10	Синтетичні форми політичної комунікації. Плітки, чутки, анекдоти, меми. [1] [2] [4]	8/8
	Разом	80/106

До самостійної роботи відноситься:

[1] – підготовка до лекцій, практичних занять; [2] – написання рефератів;  
[3] – індивідуальне навчально-дослідне завдання; [4] - тестування за гугл-формою.

### **9. Індивідуальне навчально - дослідне завдання**

*Здійснити аналіз мовно – символічних засобів, використаних в рекламному продукті у конкретній виборчій кампанії певного політичного актора. Проаналізувати ефективність чи не ефективність використаних засобів з точки зору досягненню певного результату (виборчі кампанії не повинні співпадати у різних студентів).*

### **10. Методи навчання**

Використовуються класичні дидактичні методи, а саме:

1. Словесні: лекції (проблемні, лекції-візуалізації), розповідь, пояснення, бесіда, дискусія, обговорення проблемних ситуацій.
2. Наочні: ілюстрація за допомогою мультимедійних презентацій.

### **11.Форми контролю і методи оцінювання (у т.ч. критерії оцінювання результатів навчання)**

Застосовано три види контролю: поточний, періодичний та підсумковий контроль.

**Методи поточного контролю:** усне опитування, оцінювання реферативних доповідей, індивідуального навчально – дослідного завдання.

**Методи періодичного контролю:** тестування за гул - формою.

**Підсумковий контроль:** залік

Критерії оцінювання результатів навчання:

Оцінка за національною шкалою	Теоретична підготовка	Практична підготовка
	Здобувач освіти	
Відмінно	студент у повному обсязі володіє навчальним матеріалом на підставі наданої викладачем літератури; вільно та аргументовано викладає вивчений матеріал під час усних виступів та письмових відповідей; повністю розкриває зміст теоретичних питань, використовуючи при цьому додаткову літературу; висловлює свої думки, робить висновки, виявляє причинно-наслідкові зв'язки. Здобувач проявляє креативний підхід до виконання індивідуальних завдань та самостійної роботи; проводить аналіз та порівняння вивченого матеріалу.	творчо розкриває сутність практичних питань під час практичного заняття, використовуючи додаткову літературу; використовує теоретичні знання при виконання індивідуальної та самостійної роботи; проявляє творчий підхід до виконання індивідуальних та колективних завдань при самостійній роботі.
Добре	добре володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, використовуючи при цьому нормативну та обов'язкову літературу; вільно використовує категоріальний апарат дисципліни; при представленні деяких питань не вистачає аргументації відповіді та застосування додаткової, самостійно вивченої інформації; допускаються при цьому окремі дрібні неточності.	правильно відповів на більшість запитань від викладача; виконав всі індивідуальні та самостійні завдання, але не достатньо повно їх розкрив та не використав додаткову літературу.

Задовільно	володіє навчальним матеріалом та категоріальним апаратом на початковому рівні або відтворює певну частину навчального матеріалу з елементами логічних зв'язків, знає основні поняття навчального матеріалу; має ускладнення під час відповідей та не надає аргументації щодо них.	має елементарні навички виконання завдання; правильно відповідає на половину запитань; виконав на достатньо примітивному рівні індивідуальні та самостійні завдання.
Незадовільно з можливістю повторного складання	студент володіє навчальним матеріалом на початковому рівні; не володіє категоріальним апаратом; не може надати чітких відповідей та робити висновки.	не виконав індивідуального та самостійних завдань, але може дати відповідь на декілька питань для підсумкового контролю.
Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не володіє категоріальним апаратом та навчальним матеріалом	не виконав індивідуальне та самостійні завдання та не може дати відповідь на жодне питання з підсумкового контролю

## 12. Питання для поточного та періодичного 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. Ласвелом).
4. Рівні політичної комунікації (за Дж. Томпсоном).
5. «Гарячі» і «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 засіб 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 форми політичної комунікації.
27. Основні пропагандистські технології та практика їх використання.
28. Пропаганда та її ефективність в ситуації російської агресії в Україну
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», «нове макрекерство» (Дж. Кін) як елементи політичної інтернет 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.

### 13. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль									Періодичний контроль		Сума балів
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2					ЗМ 1	ЗМ 2	
Т 2	Т 3	Т 4	Т 5	Т 6	Т 7	Т 8	Т 9	Т10			100
6	6	6	12	6	6	6	6	6	20	20	

*Якщо за результатами поточного та періодичного контролю здобувач вищої освіти набрав 60 і більше балів, проте хоче поліпшити свій підсумковий результат, він може виконати залікове завдання і з урахуванням його результатів підвищити свою підсумкову оцінку з дисципліни*

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**



Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	<b>A</b>	відмінно	Зараховано
85-89	<b>B</b>	добре	
75-84	<b>C</b>		
69-74	<b>D</b>	задовільно	
60-68	<b>E</b>		
35-59	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	<b>F</b>	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

#### 14. Методичне забезпечення

- Електронні презентації лекцій із курсу «Політичні комунікації». Розробник: к. філос. наук, доцент Огаренко Є.С. – 2022. [URL:https://classroom.google.com/c/NTk1MzMyODAwODM1?cjc=hwnoagor](https://classroom.google.com/c/NTk1MzMyODAwODM1?cjc=hwnoagor)
- Плани семінарських занять із курсу «Політичні комунікації» на електронних носіях. Укладач: к. філос. наук, доцент Огаренко Є.С. 2022. <https://classroom.google.com/c/NTk1MzMyODAwODM1?cjc=hwnoagor>
- Список питань для підсумкового контролю із курсу «Політичні комунікації» на електронних носіях. Укладач: к. філос. наук, доцент кафедри політології Огаренко Є.С. 2022. URL: <https://classroom.google.com/c/NTk1MzMyODAwODM1?cjc=hwnoagor>

#### 15. Рекомендована література

##### Основна

- Квіт С. Масові комунікації. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 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.
- Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / переклади з англ. Львів : Літопис, 2010. 538 с.

##### Допоміжна

- Богуш Д. Десять секретів політичних компаній. Київ. : Вид-во «Березовська», 2016. 158с.
- Денисюк С. Технологічні виміри політичної комунікації: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2012. 392 с

3. Екман П. Психологія брехні / пер. з англ. К: КМ - Букс, 2012. 320 с.
4. Луман Н. Реальність мас-медіа. К.: ЦВП, 2010. 158 с.
5. Піз А., Піз Б. Мова рухів тіла. Розширене видання / пер. з англ. К: КМ - Букс, 2021. 416 с.
6. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.
7. Швець К. PR-технології передвиборчої президентської кампанії в Україні 2019 року. Майські студії. 2019. Вип. 4. С. 160–163
8. Lilleker Darren G. Political Communication and Cognition. Springer, 2014, 239 p.
9. Social Networking. Redefining Communication in the Digital Age / Ed. by A. Kurylo and T. Dumova. Fairleigh Dickinson University Press. Madison, Teaneck, 2016, 202 p.

## **16. Інформаційні ресурси**

1. Маклуен М. Розуміння медіа: зовнішнє розширення людини. Режим доступу: [http://yanko.lib.ru/books/cultur/mcluhan-undestanding\\_media=ann.htm](http://yanko.lib.ru/books/cultur/mcluhan-undestanding_media=ann.htm)
2. Мінаков О. Вибори президента України: ключові політтехнології кандидатів. Радіо Свобода. 2019. 9 вересня. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29479164.html> .
3. Огаренко Є. С. Політичні технології. Рішельєвській дистанційний. 5 відео. 2 квітня 2022 року. [Електронний ресурс]. Режим доступу <https://www.youtube.com/watch?v=kdt1xQqIzRU>
4. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1>