

	ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ
	<p>Ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський) Освітньо-професійна програма: 052 «Політологія» Рік навчання: 4, семестр 1 Кількість кредитів: 4, 120 годин Мова викладання: українська Дні, час, місце: Французький б-р, 24/26, за розкладом Консультації: Французький б-р, 24/26, к. 35, щотижнево за розкладом</p>

СИЛАБУС

Викладач:	кандидат філос. наук, доцент Огаренко Євген Семенович
Кафедра:	політології
Контактна інформація:	ogarencko.eu@gmail.com

КОМУНІКАЦІЯ

Комунікація зі студентами буде здійснюватися через вказаний E-mail та очні зустрічі на консультаціях.

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Головною *метою курсу* є 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.

Завданням курсу є поглиблення розуміння студентами сутності політичного процесу, 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.

Передумовою вивчення дисципліни є опанування таких дисциплін, як: Загальна теорія політики, Паблік рілейшнз.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Результати навчання	Завдання
Вступ до курсу. Політична комунікації в сучасному світі.	<p><i>Знати</i> поняття та сутність комунікації, специфіку політичної комунікації, її форми, функції (за Г. Лассвеллом), поняття політичного меседжу та його інтерпретації.</p> <p><i>Вміти</i> аналізувати значення політичної комунікації в демократичному суспільстві, її ефективність, взаємозв'язок ефективності управління та упорядкування інформації, особливості політичної комунікації в</p>	Питання, реферативні роботи

	сучасному світі.	
Структурна організація політичної комунікації.	<p><i>Знати</i> лінійну структура комунікативного процесу, основні складові комунікації, семантичний, технічний та інфлуентальний рівні політичної комунікації, «гарячі» та «холодні» засоби комунікації в концепції, фактори підвищення ефективності зворотного зв'язку у політичній комунікації.</p> <p><i>Вміти</i> аналізувати ефективність політичної комунікації, роль контексту, коду, посередника та реципієнта в процесі політичної комунікації</p>	Питання, реферативні роботи
Семіотичні засади політичної комунікації.	<p><i>Знати</i> поняття знака та знакової системи, поняття семіотичної «тріада» (знак, значення, означуване), типологію знаків та знакових систем (знаки-ікони, знаки-індекси, знаки-символи), поняття та політичний аспект семіозису, політичні технології управління семіотичними процесами, значення природної мови як елемента політичного впливу на суспільство, поняття «мовної політики».</p> <p><i>Вміти</i> аналізувати використання різних типів знаків в політичній комунікації, зокрема, в політичній рекламі.</p>	Питання, реферативні роботи
Символічна організація комунікативного простору.	<p><i>Знати</i> поняття символу, специфіку і значення символічної комунікації, сакральне значення символічної комунікації, політичні технології експлуатації символів, значення символіки кольору у політичній комунікації, походження сучасної кольорової політичної символіки, психологічний аспект символіки кольору.</p> <p><i>Вміти</i> аналізувати кольори політичних партій і рухів, символіку політичних партій України.</p>	Питання, реферативні роботи
Вербальні та невербальні елементи політичної комунікації.	<p><i>Знати</i> основні форми вербальної політичної комунікації, правила ефективного вербального спілкування, поняття бар'єрів, що виникають у процесі вербальної комунікації, риторичні засоби ефективного спілкування, керування увагою слухачів, поняття невербальної комунікації та її значення в політиці, різновиди невербальних знаків, типові невербальні знаки у політичній комунікації.</p> <p><i>Вміти</i> розпізнавати невербальні ознаки брехні чи нещирості під час спілкування, аналізувати невербальні знаки спілкування в українському політикумі, використовувати правила ефективного спілкування у власній практиці.</p>	Питання, реферативні роботи, тестування за гугл-формою, індивідуальне навчально-дослідне завдання: <i>Здійснити аналіз мовно - символічних засобів, використаних в рекламному продукті у</i>

		<p>конкретній виборчій кампанії певного політичного актора. Проаналізувати ефективність чи не ефективність використаних засобів з точки зору досягненню певного результату.</p>
<p>Мобілізаційні форми політичної комунікації. Пропаганда, агітація, інформаційна війна.</p>	<p><i>Знати</i> поняття та специфіку мобілізаційної політичної комунікації, пропаганда та агітація як засобів інформаційної мобілізації суспільства, базові засади пропаганди (риторика, міф, символізм), сутність пропагандистських технологій (спрощення та повторюваність, імлікативний ефект, прийоми «політичної номінації» та «лінгвістичної депривації», «когнітивного дисонансу», «диверсія уваги»). НЛП як пропагандистська технологія.</p> <p><i>Вміти</i> розпізнавати і аналізувати пропагандистські технології, що використовуються в сучасній політиці.</p>	<p>Питання, реферативні роботи</p>
<p>Маркетингові форми політичної комунікації. Реклама, іміджмейкінг, піар.</p>	<p><i>Знати</i> поняття та форми маркетингової політичної комунікації, поняття «конс'юмеризації», «селебритизація» сучасної політики, поняття «політичного товару», особливості політичної реклами, «піару» як форми непрямой реклами, поняття «чорного піару», функції та складові політичного іміджу.</p> <p><i>Вміти</i> аналізувати зміст та технологічну складову політичної реклами, піару, іміджмейкінгу в сучасному політичному контексті.</p>	<p>Питання, реферативні роботи</p>
<p>Специфіка та форми мас-медійної політичної комунікації Сучасні маркетингові медіа-технології.</p>	<p><i>Знати</i> поняття та функції мас-медійної комунікації, поняття «дисфункції» мас-медіа (Р. Мертон), поняття мас-медійного коду, мас-медіа як дискурсу суспільства у формі «мозаїчної корпоративної пам'яті» (Н. Луман), традиційні «новинні цінності», сучасні «новинні цінності», поняття політичного управління сучасною мас-медійною комунікацією.</p> <p><i>Вміти</i> розпізнавати і аналізувати</p>	<p>Питання, реферативні роботи</p>

	використання сучасних маркетингових медіа-технологій, зокрема «інфотейнмент», «фреймінг» тощо.	
Інтернет як форма політичної комунікації.	<p><i>Знати</i> поняття, специфіку політичної інтернет – комунікації (зокрема, як «атомізованого» комунікативного простору) та її значення для сучасної політики, поняття «комп'ютерної лівизни», поняття та проблеми розвитку «е – демократії», поняття «електронного уряду»</p> <p><i>Вміти</i> аналізувати сучасні комунікативні інтернет-технології як «нове макрекерство», «нове розвідувальне бюро» (Дж. Кін), використання інтернету в сучасних виборчих технологіях.</p>	Питання, реферативні роботи
Синтетичні форми політичної комунікації. Плітки, чутки, анекдоти, меми.	<p><i>Знати</i> поняття синтетичних форм політичної комунікації, поняття «руморологія», умови народження, життєздатності та специфіка розповсюдження чуток, значення і функції сміху у політичній комунікації, політичного анекдоту як показника ступеню політичної свободи у суспільстві, специфіку мемів як елементів сучасної політичної комунікації.</p> <p><i>Вміти аналізувати сучасні чутки, анекдоти, інтернет – меми, їх ефективність в політичній комунікації</i></p>	Питання, реферативні роботи, тестування за гугл-формою.

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Квіт С. Масові комунікації. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
2. Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни. К.: Києво-Могилянська Академія, 2015. 497 с.
3. Чічановський А. А. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем : підручник. К.: Грамота, 2010. 568 с.
4. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / переклади з англ. Львів : Літопис, 2010. 538 с.
5. Богуш Д. Десять секретів політичних компаній. Київ. : Вид-во «Березовська», 2016. 158с.
6. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2012. 392 с
7. Екман П. Психологія брехні / пер. з англ. К: КМ - Букс, 2012. 320 с.
8. Иванов В. Ф. Массовая коммуникация: Монография. Киев: Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2013. 902 с.
9. Лиллекер Даррен Дж. Политическая коммуникация. Ключевые концепты. / Перевод с англ. Харьков, 2010. 300 с.
10. Луман Н. Реальність мас-медіа. К.: ЦВП, 2010. 158 с.
11. Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги / пер. з англ. К. : Ніка-Центр, 2015. 388 с.
12. Піз А., Піз Б. Мова рухів тіла. Розширене видання / пер. з англ. К: КМ -

Букс, 2021. 416 с.

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

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

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

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

ОЦІНЮВАННЯ

Форма підсумкового контролю – ЗАЛК

Теми практичних занять	Кількість балів за вид роботи	Разом балів
Структурна організація політичної комунікації.	0 – 6 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 6
Семіотичні засади політичної комунікації.	0 – 6 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 6
Символічна організація комунікативного простору.	0 – 6 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 6
Вербальні та невербальні елементи політичної комунікації.	0 – 6 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії); 0 -6 (Виконання індивідуального навчально-дослідного 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</i>); 0 – 20 (тестування за гугл-формою)	0 – 32
Мобілізаційні форми політичної комунікації. Пропаганда, агітація, інформаційна війна.	0 – 6 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 6
Маркетингові форми політичної комунікації. Реклама, іміджмейкінг, піар.	0 – 6 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 6
Специфіка та форми мас-медійної політичної комунікації Сучасні маркетингові медіа-технології.	0 – 6 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 6

Інтернет як форма політичної комунікації.	0 – 6 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 6
Синтетичні форми політичної комунікації. Плітки, чутки, анекдоти, меми.	0 – 6 (Реферативна робота, опитування, участь у дискусії); 0 – 20 (тестування за гугл-формою)	0 – 26
Всього за практичні заняття		100

ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перекладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (- 10%). Обов'язкова присутність здобувачів на підсумковому контролі. Перекладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

Політика щодо академічної доброчесності: регламентується Кодексом академічної доброчесності учасників освітнього процесу Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у освітній та науково-дослідній роботі учасників освітнього процесу та науковців Одеського національного університету імені І.І. Мечникова (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>).

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим. В окремих випадках навчання може відбуватись он-лайн з використанням дистанційних технологій. Порядок та умови такого навчання регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу в ОНУ (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>). У випадку відсутності здобувача на лекції або практичному занятті він зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття через опитування в поза аудиторний час (час консультацій викладача). Невідпрацьовані заняття вважаються незданими і за них не нараховується оцінка в балах. У підсумку, оцінені за 100-бальною системою, знання здобувача відображаються у заліково-екзаменаційній відомості та заліковій книжці.