

Політичні комунікації. Програмові вимоги

Тема 1. Політичні комунікації: поняття, сутність, функції

- 1.Поняття «політика».
- 2.Політика і влада.
- 3.Комунікація як атрибут політичної діяльності.
- 4.Підходи до вивчення політичних комунікацій.
- 5.Актори політичної комунікації.
- 6.Політична інформація та політична комунікація: розмежування понять.
- 7.Одиниці політичних комунікацій: повідомлення, текст.
- 8.Політична сфера комунікації та її різновиди.
- 9.Функції політичних комунікацій.
- 10.Формування картини політичного світу та легітимізація соціального порядку за допомогою політичних комунікацій.
- 11.Типологія політичних комунікацій.
- 12.Вербальні та невербальні ПК.
- 13.Вертикальні та горизонтальні ПК.
- 14.Міжособистісні, групові, локальні, масові ПК.
- 15.Формальні та неформальні ПК.
- 16.Публічні та непублічні форми взаємодії.
- 17.Типологічні ознаки політичних комунікацій.
- 18.Ритуальність та інформативність.
- 19.Інституціональність і особистісний характер.
- 20.Езотеричність (наявність підтексту, зрозумілого лише фахівцям) та загальнодоступність.
- 21.Схематичність та повнота інформації.
- 22.Стандартність та експресивність (засоби виразного мовлення).
- 23.Діалогічність та монологічність.
- 24.Агресивність і толерантність.

Тема 2. Політичні комунікації у сучасному світі

- 25.Вплив глобалізаційних процесів на політичні комунікації.
- 26.Встановлення єдиного центру економічної та інформаційно-культурної могутності.
- 27.Зміна ролі національної держави.
- 28.Політична роль інтернет-технологій.
- 29.Процеси медіатизації. «Нова владна структура»: питання власників ЗМІ.
- 30.Поняття медіаполітики.
- 31.Політика інформаційної доби як політика скандалу.
- 32.Реалізація законів медіадраматургії у політиці.
- 33.Компроматні скандали, що впливають на стратегію розвитку країни.
- 34.Впровадження інформаційно-комунікаційних технологій у сферу державного управління.
- 35.Інтерактивна політика.

- 36.Електронний уряд.
- 37.Культурно-інформаційні ресурси влади.
- 38.Контроль над культурними комунікаціями як ознака влади.
- 39.Масова культура – система стандартних зразків життєдіяльності суспільства.

Тема 3. Особливості політичної масовокомунікаційної системи

- 49.Міфи та стереотипи у сучасному інформаційному просторі.
- 50.Сутність, природа та роль віри у формуванні міфів.
- 51.Теократія як форма правління у Давньому світі та в епоху Середньовіччя.
- 52.Визначення та функції політичного міфу.
- 53.Національні міфи.
- 54.Міфологія етнотравми.
- 55.Поєднання у структурі міфу соціокультурного виміру з політикою, економікою, масовою психологією.
- 56.Стереотипи у картині політичного світу.
- 57.Теорія стереотипізації У.Ліппманна.

Тема 4. Політичні функції засобів масової інформації

- 58.Ідеологія як засіб досягнення і здійснення влади: духовне обґрунтування та мобілізаційна основа.
- 59.Структурні компоненти державної ідеології.
- 60.Культурно-історична природа ідеології.
- 61.Цінності та антицінності у політичних комунікаціях.
- 62.Світовий ідеологічний ринок – ринок ціннісних орієнтацій.
- 63.Ринкова, постмодерністська, теоцентрична та ін. ідеології.

Тема 5. Роль засобів масової інформації у здійсненні політичних комунікацій.

- 64.ЗМІ як основний ретранслятор масової інформації.
- 65.Напрямки впливу масмедійної інформації на населення.
- 66.Функції ЗМІ з точки зору участі у політичних комунікаціях.
- 67.Забезпечення відкритості виборів.
- 68.Функції мас-медіа в демократичних суспільствах та у диктаторських державах.
- 69.Відбір і трансформація подій у ЗМІ.
- 70.Форми інформації.
- 71.Структура новини і сприйняття політики.
- 72.Фактори новинності.
- 73.Види факторів новинності.
- 74.Вплив факторів новинності на діяльність ЗМІ та аудиторію.
- 75.Державна інформаційна політика.
- 76.Історичні моделі відносин держави з медіаструктурами (обумовлюються типом правлячого режиму).

77. Роль держави і ЗМІ в умовах тоталітарного, авторитарного, демократичного, постдемократичного режимів.
78. Відносини між політикою і мас-медіа у політичній системі.
79. Концепція взаємозалежності.
80. Основні типи ПК у демократичних країнах (на прикладі взаємин між партіями і мас-медіа).
81. Бюджетно-бюрократичний тип.
82. Патерналістсько-ієрархічний тип.
83. Представницько-демократичний тип.
84. Популістсько-медіократичний тип.
85. Індивідуалістсько-анархічний тип.

Тема 5. Роль засобів масової інформації у здійсненні політичних комунікацій.

86. Дійові особи політичної роботи з пресою: «стратегі зв'язків з громадськістю», політики.
87. Цілі політичної роботи з пресою.
88. Рівні політичної комунікації у передвиборній боротьбі.
89. Політична реклама
90. Перформанс як послідовність символічних дій, об'єднаних однією тематикою.
91. Функції та місце ритуалів у політичних комунікаціях: історичний ракурс.
92. Гіперболізовано-перформансні ролі у суспільстві.
93. Перформанс як драматична структура.
94. Параметри перформансу.
95. Технологічний паспорт перформансу: категорія, вид, назва, анотація, роль героя, учасники, цільові групи, час проведення, місце проведення, комунікативні цілі та завдання, бюджет.
96. Аналіз ритуалу на прикладі інавгураційної церемонії.
97. Історія ритуалу посвяти.
98. Перформансні ознаки інавгурації.
99. Протокол.
100. Інавгурація як театралізоване видовище: вступ, дія, завершення.
101. Інавгураційна промова як текст-перформатив.
102. Інавгураційне звернення як фактична комунікація.

Тема 1. Історія розвитку інформаційних воєн. Їх форми, види, методи і способи

103. Біблійні та історичні приклади впливу на масову свідомість.
104. Шамани та жерці і їх спроби маніпулювати свідомістю людей.
105. Розвиток інформаційного впливу в процесі удосконалення засобів масової комунікації.
106. Особливості інформаційного впливу у XX столітті.
107. Запровадження терміну «інформаційні війни».

Тема 2. Технологічний та ідеологічний аспекти інформаційних воєн. Пропаганда як комунікаційна технологія

108. Яскраві приклади ведення «інформаційних воєн» (німецько-австрійська радіовійна 1933-1934 рр., пропаганда часів Другої світової війни, «холодна війна» між США та СРСР).

109. Ведення радіоелектронної боротьби.

110. Опрацювання інформаційних потоків.

111. Несанкціонований доступ до інформаційних ресурсів.

112. Дезінформація у глобальних мережах та інформаційних каналах.

113. Маніпулювання суспільною свідомістю.

114. Дестабілізація внутрішньополітичної ситуації.

Тема 3. Інформаційні війни на сучасному етапі. Глобалізація телекомунікаційних мереж

115. Підрив міжнародного авторитету як елемент інформаційної війни.

116. Поняття кібервійни.

117. Мережеві війни.

118. Подавлення телебачення і радіо.

119. Підкорення телекомунікацій для кампаній дезінформацій.

120. Створення атмосфери бездуховності та аморальності як елементи інформаційної війни.

121. Провокація конфліктів, розпалювання недовіри, підозрілості серед населення.

122. Провокування репресій проти опозиції та громадянської війни як складові інформаційних воєн.

123. Пропаганда як вплив на ідеологічну та емоційну галузь.

124. Вплив інформаційних воєн на суспільну психологію.

125. Внесення у суспільну та індивідуальну свідомість шкідливих ідей.

126. Послаблення переконань, устоїв.

127. Залякування людей образом ворога. Залякування супротивника своєю могутністю.

Тема 4. Вплив інформаційних воєн на формування думки міжнародної громадськості.

128. Пропаганда як складова економічної конкурентної боротьби.

129. Промислове шпигунство – вид інформаційної війни.

130. Ведення інформаційної війни під час російсько-грузинського конфлікту 2008 року.

131. Посилення інформаційної війни Росії проти України після 1991 року.

132. Ескалація інформаційного впливу росіян під час правління В. Януковича.

133. Інформаційна війна напередодні та під час анексії Криму.

134.Форми і методи інформаційної війни у процесі військового протистояння у Донецькій та Луганській областях.

135.Використання соціальних мереж, електронної пошти, розсилання СМС.

136.Отримування розвідувальної інформації шляхом перехоплення інформаційних потоків. перехоплення відкритих джерел інформації.

137.Блокування мереж комунікацій.

138.Електронне втручання в роботу фондових бірж, банків, телефонних мереж. Програмні віруси.

139.Вплив інформаційно-комп'ютерної революції на інформаційні війни.

Тема 5. Інформаційно-аналітичне забезпечення міжнародних візитів, торгово-економічні місії як елементи інформаційних воєн

140.Вплив на думку міжнародної громадськості зовнішньополітичних відомств, громадських рухів.

141.Посередництво неурядових організацій, політичних партій.

ЗМК як елемент інформаційних воєн (іномовлення, соціальні мережі).

142.Неформальні контакти та комунікації, міжнародні форуми та зустрічі та їх вплив на думку міжнародної громадськості.

143.Значення дипломатичних прийомів, прес-конференцій, участь і військових парадах для формування думки міжнародної громадськості.

144.Підготовка інформаційно-аналітичних матеріалів про країну майбутнього перебування.

145.Підготовка напередодні візитів спеціальних економічних та громадсько-політичних журналів, вісників, іншої друкованої продукції.

146.Підготовка робочої концепції візитів.

147.Підготовка протокольних заходів, неформальних зустрічей, контактів із зарубіжною пресою тощо.

148.Роль економічних місій, торгових представництв для формування думки міжнародної громадськості.

148.Надання допомоги суб'єктам національного підприємництва (організація закордонних торгово-промислових та науково-технічних виставок, ярмарок, участь у міжнародних економічних форумах).

149.Встановлення контактів із зарубіжними установами, органами влади, бізнесовими структурами і їх вплив на формування думки міжнародної громадськості.

Тема 6. Захист громадянського суспільства від інформаційної зброї у ХХІ столітті.

150.Поняття інформаційної безпеки держави.

151.Внутрішня і зовнішня інформаційна безпека і їх вплив на інформаційні війни. Протидія інформаційним атакам ворожих держав.

152.Здійснення контрпропагандистських заходів.

153.Власні наступальні інформаційні операцій.

154.Зміни в інформаційній політиці держави на сучасному етапі .

Тема 1. Вибори, їх різновиди та особливості при різних політичних режимах.Основні функції виборів

- 155. Суть виборів як основного засобу делегування влади
- 156. Особливості виборів при різних політичних режимах.
- 157. Класифікація політичних виборів залежно від предмета обрання та причин проведення виборів.
- 158. Поняття виборчого права та його основних демократичних принципів: загальності, рівності, безпосередності, непрямого та таємного голосування.
- 160. Розуміння загальних принципів демократичної організації виборів.
- 161. Основні функції виборів, виборчих систем та умовах ефективності виборів.

Тема 2. Етапи, учасники та процедура виборчої кампанії. Технології та основні її стадії.

- 162. Типи та основні етапи виборчих кампаній, роль головних дійових осіб у виборчій кампанії та їх інтереси.
- 163. Вибори як масова кампанія широкого комплексу заходів щодо формування керівних органів влади.
- 164. Юридичні процедури проведення виборів, знання норм міжнародного права в галузі виборчого права.

Тема 3 . Менеджмент та маркетинг виборчої кампанії

- 165. Практика застосування різних методів організації, адміністрування, фінансування виборчих кампаній та інформаційно-аналітичний та агітаційний супровід виборчої кампанії.
- 166. Вибори і конкретна суспільно-політичне середовище
- 167. Демократичний порядок реєстрації громадян та партій,
- 168. Контроль та санкції за порушення під час виборів
- 169. Виборчий менеджмент.
- 170. Маркетинг у виборчій кампанії
- 171. Маркетингові технології, які дають змогу виявити орієнтації громадської думки.

Тема 4. Політичне рекламування під час виборів: етапи , функції, вимоги

- 172. Політичне рекламування
- 173. Етапи політичного рекламування.
- 174. Проектування іміджу, що пропонується «на продаж».
- 175. Розробка форм, методів і засобів просування іміджу.
- 176. Функції політичної реклами
- 177. Політичний лідер та його команда
- 178. Пропагандистська кампанія: сукупність форм і методів актуалізації іміджу. Листівкова кампанія.
- 179. Метод роботи «від дверей до дверей».
- 180. Підготовка політичних програм та політичних лозунгів.

Тема 5. Правила конструювання іміджу суб'єкту виборчого процесу

181.Вимоги до ПР-реклами іміджу опонента. Тактика завчасного знешкодження.

182.Політичне маніпулювання. Межі маніпулювання.

183.Перешкоди для маніпулювання.Врахування дій політичних конкурентів .

Тема 6. Маніпулятивне використання ЗМІ у виборчому процесі.

184.Політичне маніпулювання

185.Способи та прийоми маніпулювання

186.Способи маніпуляції громадською думкою.

187.Межі маніпулювання.

188.Перешкоди для маніпулювання