

ПВНЗ УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Завідувач кафедри журналістики, реклами та
зв'язків з громадськістю
Копистинська І.М.
“31” серпня 2018 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ

Вибіркова дисципліна

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Реклама та зв'язки з громадськістю»

**Першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 061 Журналістика
галузі знань 06 Журналістика**

Розробник:

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю»

Протокол № 1 від “31” серпня 2018 року

1. ВСТУП

Мета: дати майбутнім фахівцям систематизоване й емпірично аргументоване уявлення про функціонування політичних комунікацій у сучасному світі, зокрема розкрити інформаційно-комунікаційну природу політичної діяльності, політичні функції ЗМІ у демократичних і диктаторських державах, основні підходи до аналізу відносин між політикою і мас-медіа, а також акцентувати увагу на своєрідності технологій політичних комунікацій, використання їх під час проведення інформаційних воєн та виборчих кампаній.

Завдання: навчити майбутніх рекламистів та спеціалістів із зв'язків з громадськістю з'ясовувати причинно-наслідковий зв'язок між політикою і мас-медіа, використовувати у практичній діяльності сукупність знань, професійних прийомів і методів політичних комунікацій, які впливають на формування картини політичного світу та визначають соціальний порядок.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати:

- інформаційно-комунікаційний аспект політичної діяльності;
- особливості впливу інформаційно-комунікаційних технологій на функціонування політичних комунікацій;
- місце і роль культурно-інформаційних ресурсів влади у системі політичних комунікацій;
- закони функціонування політичної масовокомунікаційної системи;
- фактори впливу на медіаполітику держави;
- особливості політичних функцій ЗМІ в демократичних суспільствах та у диктаторських державах;
- методи та засоби державної інформаційної політики в умовах тоталітарного, авторитарного, демократичного, постдемократичного режимів;
- специфіку технологій та методів аналізу політичних комунікацій, їх використання від час інформаційних воєн, виборчих кампаній

Вміти:

- застосовувати інформаційно-комунікаційний інструментарій та теоретичні здобутки різних наукових галузей, таких, як журналістика, зв'язки з громадськістю, реклама, лінгвополітологія, семіотика та ін., при аналізі політичних комунікацій;
- виділяти типологічні ознаки політичних комунікацій у запропонованих текстах;
- аналізувати політичні скандали, форми і методи інформаційного протистояння,
- розробляти сценарії для створення іміджу політичних діячів, депутатів,
- аналізувати політичні тексти з точки зору їх приналежності до політичного нарративу.

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач:

Здатність враховувати процеси соціально-політичної історії України при здійсненні діяльності

Програмові результати навчання, згідно з освітньо-професійною програмою:

Аналізуючи сучасні документи та історичні матеріали, що відтворюють закономірності попереднього життя українського народу, уміти визначати особливості сучасного соціально-політичного розвитку українського суспільства та його перспективу

Пререквізити: вивчення даної навчальної дисципліни студент розпочинає, прослухавши такі навчальні дисципліни як основи реклами та зв'язків з громадськістю, теорія реклами та зв'язків з громадськістю

2. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Освітньо-професійна програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 7	освітньо-професійна програма «Реклама та зв'язки з громадськістю» за спеціальністю 061 Журналістика галузі знань 06 Журналістика	Вибіркова	
Модулів – 1		Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		4-й	4-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання - реферат та індивідуально- творчі завдання		Семестр	
Загальна кількість годин – 180		8-й	8-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4 самостійної роботи студента – 6	Перший рівень вищої освіти (бакалавр)	30 год.	10 год.
		Практичні, семінарські	
		30 год.	6 год.
		Самостійна робота	
		90 год.	164 год.
		Вид контролю: іспит (30 год.)	

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 2/3
 для заочної форми навчання – 1/14

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Поточне оцінювання студентів на семінарських заняттях здійснюється за чотирьох бальною шкалою, де «2» - незадовільно; «3» - задовільно; «4» - добре; «5» - відмінно. Підсумковий контроль у вигляді екзамену проводиться у тестовій формі і оцінюється відповідно до шкали оцінювання знань студентів за ЄКТС

Шкала в балах	Національна шкала	Шкала ЄКТС
90-100 балів	5 «відмінно»	A
80-89 балів	4 «дуже добре»	B
65-79 балів	4 «добре»	C
55-64 бали	3 «задовільно»	D
50-54 бали	3 «достатньо»	E
35-49 балів	2 «незадовільно»	FX
1-34 бали	2 «неприйнятно»	F

4. МЕТОДИ НАВЧАННЯ ТА ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Методи навчання: Лекції із застосуванням мультимедійного проєктора, розв'язування практичних завдань, складання рекламних текстів, аналіз друкованих та інших текстів, ділові ігри.

Методи контролю: Опитування на семінарських заняттях, поточне тестування, оцінка за розв'язування практичних завдань, оцінка за індивідуальні завдання, оцінювання на екзамені.

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Політичні комунікації

Тема 1. Політичні комунікації: поняття, сутність, функції

Тема 2. Особливості політичної масовокомунікаційної системи

Тема 3. Політичні функції засобів масової інформації

Тема 4. Роль засобів масової інформації у здійсненні політичних комунікацій.

Тема 5. Технології політичних комунікацій: подієва комунікація.

Змістовий модуль 2. Інформаційні війни

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

Тема 2. Технологічний та ідеологічний аспекти інформаційних воєн.

Пропаганда як комунікаційна технологія

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

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

Тема 5. Захист громадянського суспільства від інформаційної зброї у ХХІ столітті.

Змістовий модуль 3. Менеджмент виборчої кампанії

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

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

Тема 3 . Менеджмент та маркетинг виборчої кампанії

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

Тема 5. Правила конструювання іміджу суб'єкту виборчого процесу

Тема 6. Маніпулятивне використання ЗМІ у виборчому процесі.

6. 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	с.р.		л	п	Лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Змістовий модуль 1.													
Тема 1. Політичні комунікації: поняття, сутність, функції	10	2	2	0	0	6	12	2					9
Тема 2. Особливості політичної масовокомунікаційної системи	10	2	2	0		6	10						
Тема 3. Політичні функції засобів масової інформації	10	2	2	0	0	6	10		1				9
Тема 4. Роль засобів	10	2	2	0	0	6	12	1					9

масової інформації у здійсненні політичних комунікацій.												
Тема 5. Технології політичних комунікацій: подієва комунікація	10	2	2	0	0	6	10		1			9
Разом	50	10	10			30	69	3	2			45

Змістовий модуль 2.

Тема 1. Історія розвитку інформаційних воєн. Їх форми, види, методи і способи	10	2	2	0	0	6	12	1				9
Тема 2. Технологічний та ідеологічний аспекти інформаційних воєн. Пропаганда як комунікаційна технологія	10	2	2	0	0	6	11		1			9
Тема 3. Інформаційні війни на сучасному етапі. Глобалізація телекомунікаційних мереж	10	2	2	0	0	6	12	2				9
Тема 4. Вплив інформаційних воєн на формування думки міжнародної громадськості	10	2	2	0	0	6	10					9
Тема 5. Захист громадянського суспільства від інформаційної зброї у XXI столітті	10	2	2	0	0	6	10		1			9
Разом	50	10	10			30	50	3	2			45

Змістовий модуль 3

Тема 1. Вибори, їх різновиди та особливості при різних політичних режимах. Основні	9	2	2	0	0	5	15	2				13
--	---	---	---	---	---	---	----	---	--	--	--	----

функції виборів												
Тема 2. Етапи, учасники та процедура виборчої кампанії. Технології та основні її стадії.	7	0	2	0	0	5	15		2			13
Тема 3. Менеджмент та маркетинг виборчої кампанії	9	2	2	0	0	5	15	2				13
Тема 4. Політичне рекламування під час виборів: етапи, функції, вимоги	9	2	2	0	0	5	13					13
Тема 5. Правила конструювання іміджу суб'єкту виборчого процесу	9	2	2	0	0	5	13					13
Тема 6. Маніпулятивне використання ЗМІ у виборчому процесі	7	2	0	0	0	5	13					13
Разом	50	10	10			30	80	4	2			74
Усього годин	180	30	30	0	0	90	180	10	6			164

7. Темі семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин
1	<i>Політичні комунікації: поняття, сутність, функції</i>	2
2	<i>Особливості політичної масовокомунікаційної системи</i>	2
3	<i>Політичні функції засобів масової інформації</i>	2
4	<i>Роль засобів масової інформації у здійсненні політичних комунікацій</i>	2
5	<i>Технології політичних комунікацій: подієва комунікація</i>	2
6	<i>. Історія розвитку інформаційних воєн. Їх форми, види, методи і способи</i>	2
7	<i>Технологічний та ідеологічний аспекти інформаційних воєн. Пропаганда як комунікаційна технологія</i>	2
8	<i>Інформаційні війни на сучасному етапі. Глобалізація телекомунікаційних мереж</i>	2

9	<i>Вплив інформаційних воєн на формування думки міжнародної громадськості</i>	2
10	<i>Захист громадянського суспільства від інформаційної зброї у XXI столітті</i>	2
11	<i>Вибори, їх різновиди та особливості при різних політичних режимах. Основні функції виборів</i>	2
12	<i>Етапи, учасники та процедура виборчої кампанії. Технології та основні її стадії.</i>	2
13	<i>Менеджмент та маркетинг виборчої кампанії</i>	2
14	<i>Політичне рекламування під час виборів: етапи , функції, вимоги</i>	2
15	<i>Правила конструювання іміджу суб'єкту виборчого процесу</i>	2
16	<i>Разом</i>	30

9. Індивідуальні завдання

1. Ідеологія як засіб досягнення і здійснення влади. Структурні компоненти державної ідеології.
2. Наведіть приклади як в політичних комунікаціях використовується місцеве телебачення.
3. Охарактеризуйте місцеве радіомовлення як засіб політичної комунікації.
4. ЗМІ як основний ретранслятор масової інформації.
5. Наведіть приклади формування громадської думки у політичній комунікаціях.
6. Функції ЗМІ з точки зору участі у політичних комунікаціях.
7. Наведіть приклади сучасної постмодерної ідеології.
8. Політичне навчання і виховання. Формування громадської думки та політичної волі.
9. Наведіть приклади сучасних стереотипів у політичних комунікаціях.
10. Функції мас-медіа в демократичних суспільствах та у диктаторських державах .
11. Наведіть приклади, як влада у вашому місті використовує інформаційний потенціал.
12. Державна інформаційна політика.
13. Наведіть приклад використання комп'ютерних технологій під час інформаційних воєн.
14. Історичні моделі відносин держави з медіа структурами.
15. Наведіть приклад не публічної взаємодії у політичній комунікації.
16. Роль держави і ЗМІ в умовах тоталітарного, авторитарного, демократичного, постдемократичного режимів.
17. Наведіть приклад роботи з пресою політика у процесі виборчої кампанії
18. Дійові особи політичної роботи з пресою: «стратегі зв'язків з громадськістю», політики..
19. Функції та місце ритуалів у політичних комунікаціях: історичний ракурс.

20. Наведіть приклади загальнодоступності у політичних комунікаціях.
21. Спробуйте написати фрагмент інавгураційної промови
22. Історичні приклади ведення інформаційних воєн
23. Продемонструйте засоби експресивізації у політичних комунікаціях..
24. Наведіть приклади радіоелектронної війни.
25. Символіка партій, виборчих штабів
26. Продемонструйте використання дипломатичного корпусу для ведення котрпропаганди
27. Наведіть приклад дискурсу під час виборчих перегонів.
28. Наведіть приклад політичної роботи з пресою піарника.
29. Інавгурація як театралізоване видовище..
30. Дайте оцінку місцевої преси під час минулої виборчої кампанії.

Рекомендована література

Базова

1. Башук А.І. Інформаційна політика : [навч. посіб.] / Алла Іванівна Башук. – Ч.1. – К.: Вид-во ІЖ КНУ ім. Т. Шевченка, 2007. – 90 с.
2. Бабкіна О. В. Демократичні детермінанти трансформації політичного життя України у світлі уроків угорської революції 1956 р. та української революції 2004 р. / О. В. Бабкіна // Сучас. укр. політика. Політики і політологи про неї. - 2009. - Вип. 17. - С. 201-209.
3. Бебик В. Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматися на політичному Олімпі. – К., 1993.
- 4.. Бойчук И. В. Политико-правовые основы взаимодействия средств массовой информации, органов государственной власти и местного самоуправления / И. В. Бойчук // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2014. – №6 (65). – Ч.2. – Волгоград: Институт стратегических исследований, 2014. – С.112-115.
5. Бойчук І. В. Вплив засобів масової інформації (ЗМІ) на участь громадян України у виборчих кампаніях / І. В. Бойчук // Держава і право. Юридичні і політичні науки. – 2011. – Вип. 59. – С. 546-552.
6. Бойчук І. В. Вплив партійної преси на формування політичної свідомості громадян України / І. В. Бойчук // Сучасна українська політика. – К. : Центр соціальних комунікацій, 2012. – Вип. 26. – С.284-291
7. Виборчі технології. Збірник матеріалів. Упор. В. Ціон. –К.,1998
8. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием : [навч. посіб.] / Сергій Георгійович Кара-Мурза. – [2-ге вид.]. – К.: Оріяни, 2006. – 528 с.
9. Картунов О. В. Інформаційне суспільство: аналіз політичних аспектів зарубіжних концепцій : монографія / О. В. Картунов, О. О. Маруховський; ред.: О. В. Картунов; Ун-т економіки та права "КРОК". - К., 2012. - 343 с.
10. Кафарський В. І. Конституційно-правові засади фінансування політичних партій: Монографія / В. І. Кафарський. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 224 с
- Политические коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов / [Петрунин Ю.Ю. и др. ; под ред. А.И. Соловьева]. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 332 с.

11. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Георгій Георгійович Почепцов. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 656 с. Україна: 20 років незалежності / [за ред. М. Б. Бучка, В. І. Кафарського, І. О. Андрухів, Й. М. Гаха]. – Івано-Франківськ; Надвірна: Надвірнянська друкарня, 2011
13. Шомова С.А. Политические шахматы. Паблик Рилейшнз как интеллектуальная игра / Светлана Андреевна Шомова. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 214 с.
14. Штромайер Г. Політика і мас-медіа / Герд Штромайер; [пер. з нім. А. Орган]. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 303 с.

Допоміжна

1. Борисенко М.В. Роль политической мифологии в современной мировой политике: (тезисы доклада конференции Глобальный кризис и мировая политика) [Электронный ресурс] / М.В. Борисенко // Вестник МГУ. – Серия Социология. – 2002. – № 3. — Режим доступа: <http://bormar.narod.ru/rolmifa.htm>
2. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк; [пер. с англ. / сост. В.В. Петрова]. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
3. Грабовська І.М. Національні міфи в контексті сучасних українських реалій: [філософсько-світоглядний аналіз] / Ірина Миколаївна Грабовська. – Ніжин: Вид-во НДУ ім. М.Гоголя, ДС Міланік, 2007. – 141 с.
4. Демчук П. Обережно, політичні міфи!: [філософсько-політологічний трактат] / Павло Демчук. – К.: Молодь, 2006. – 204 с.
5. Ленуар Р. Соціальна влада публічних виступів / Р. Ленуар // Журнал «І». – 2004. – № 32. — Режим доступа до журн.: <http://www.ji.lviv.ua/n32texts/lenoir.htm>
6. Многообразие политического дискурса / [отв.ред. О.Ф. Русакова]. – Екатеринбург: ИфиП УрО РАН, УрГСХА, 2004. – 385 с.
7. Новикова-Грунд М.В. «Свои» и «чужие»: маркеры референтной группы в политическом дискурсе / М.В. Новикова-Грунд // Полис. – 2000. – № 4. – С. 82-93.
8. Ольшанский Д. Политический PR / Дмитрий Ольшанский. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.
9. Основи масово-інформаційної діяльності: [підручник] / А.З. Москаленко, Л.В. Губерський, В.Ф. Иванов. – К.: Вид.-пол.центр «Київський університет», 1999. – 634 с.
10. Павлюк Л.С. Знак, символ, міф у масовій комунікації / Л.С. Павлюк. – Львів: ПАІС, 2006. – 120 с.

Інтернет-ресурси

1. <http://osvita.mediasapiens.ua>
2. <http://www.telekritika.ua/>
3. <http://www.cje.org.ua> – Комісія з журналістської етики офіційний сайт
4. <http://nmpu.org.ua> – незалежна медіа-профспілка України
5. <http://nsju.org> – Національна спілка журналістів України
6. Виборча кампанія 2012 була найдорожчою // [Електронний ресурс] – Режим доступу:
http://zaxid.net/home/showSingleNews.do?viborcha_kampaniya2012_bula_naydorozhchoyu_eksperti&objectId=1271757

7. Жданов І. Простір свободи? / Ігор Жданов, Микола Сунгуровський // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/ARCHIVE/prostir_svobodi.html
8. Звіт Національної ради з питань телебачення і радіомовлення за 2013 рік // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.medialaw.kiev.ua/news/media/2487>
9. Комітет захисту журналістів засуджує сепаратистів за атаки проти преси на сході України // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/31474>
10. Конституція України (із змінами, внесеними згідно із Законом № 586-VII від 19.09.2013) // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>