



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Гуманітарний факультет
Кафедра міжнародних відносин та права**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
здобувачів вищої освіти
при підготовці до лекційних занять
з дисципліни
«ПОЛІТИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЗОВНІШНІЙ PR
ДЕРЖАВИ»**

Одеса: ОНПУ , 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський національний політехнічний університет
Гуманітарний факультет
Кафедра міжнародних відносин та права

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
при підготовці до лекційних занять з дисципліни
«ПОЛІТИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЗОВНІШНІЙ PR ДЕРЖАВИ»
для здобувачів вищої освіти спеціальності
291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації
та регіональні студії»
IV курсу VII семестру

**Розглянуто та затверджено на засіданні
кафедри міжнародних відносин та права
Протокол №1 від 28 серпня 2020 р.**

Одеса: ОНПУ – 2020

Методичні вказівки до самостійної роботи при підготовці до лекційних занять з дисципліни «**Політичні технології та зовнішній PR держави**» для здобувачів вищої освіти спеціальності 291«Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» IV курсу VII семестру / Укл.: В. О. Бабіна Одеса: ОНПУ, 2020. 10 с.

ЗМІСТ

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ.....	4
СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 1	5
Змістовий модуль I. Основні засади PR у політичній сфері	5
Лекція 1. Поняття і класифікація політичних інститутів та політичних систем.	5
Завдання на самостійну роботу 1	5
Лекція 2. Політичний процес і політична участь	5
Завдання на самостійну роботу 2	5
Лекція 3. Основні поняття та категорії, інструментарій PR.	5
Завдання на самостійну роботу 3:	5
Лекція 4. Технології проведення досліджень у PR.....	5
Завдання на самостійну роботу 4:	5
Лекція 5. Законодавче регулювання політичних процесів та PR-діяльності.	6
Завдання на самостійну роботу 5	6
Лекція 6. Інтернет у політичній комунікації.....	6
Завдання на самостійну роботу 6	6
Лекція7. Деструктивні політичні технології.....	6
Завдання на самостійну роботу 7	6
Лекція 8 Підготовка виборчої кампанії: український та зарубіжний досвід.....	7
Завдання на самостійну роботу 8	7
СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 2	7
Змістовий модуль II. Практика PR діяльності в політичній сфері	7
Лекція 9. Політичне лобіювання: український та зарубіжний досвід.	7
Завдання на самостійну роботу 9	7
Лекція 10. Політична промова.....	7
Завдання на самостійну роботу 10	7
Лекція 11. Медіа-планування та робота зі ЗМІ.....	7
Завдання на самостійну роботу 11	7
Лекція 12. Політична реклама	8
Завдання на самостійну роботу 12	8
Лекція 13. PR у зовнішній політиці	8
Завдання на самостійну роботу 13	8
Лекція 14. Місце інформації, ЗМІ та медіа у зовнішньому PR держави	8
Завдання на самостійну роботу 14	8
Лекція 15. Антикризові PR-технології	8
Завдання на самостійну роботу 15	9
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	9

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Дисципліна «Політичні технології та зовнішній PR держави» є складовою частиною вивчення циклу дисциплін професійної підготовки вибіркової частини навчального плану і посідає важливе місце серед дисциплін, що викладаються у вищих навчальних закладах, які готують спеціалістів з міжнародних відносин.

Успіху в політичній діяльності досягають завдяки багатьом чинникам, але найбільше залежить він від підготовленості політика. Йдеться не лише про знання, здібності, особисті якості, а й про володіння політичними технологіями, які мають свої особливості, механізми дії та впливу на окремих громадян та спільноти

Особливості політичних технологій зумовлені характером політичного процесу, який охоплює найрізноманітніші види політичної діяльності в межах конкретної політичної системи. Серед них — політична участь, яка має на меті формування в процесі політичної діяльності певних позицій, вимог, настроїв, та політичне функціонування як професійна політична діяльність щодо вироблення правових норм, управління політичними інститутами.

Політичний PR є інструментом ефективного управління електоральним процесом, значущою складовою управлінської діяльності, стрижнем виборчого процесу. Загалом, використання PR-технологій в політиці — це технології, які дозволяють споживачеві формувати спільну думку про ту чи іншу політичну партію або політичного лідера.

Мета дисципліни: підготовка висококваліфікованих фахівців з теоретичної та прикладної політології, які мають теоретичні знання, володіють сучасним політологічним мисленням, вміннями та навичками, необхідними для вирішення проблем реформування політичної системи, модернізації політичної сфери, практичної реалізації євроінтеграційних прагнень українського суспільства.

Завдання дисципліни:

- здатність використовувати сучасні політологічні теорії, концепти та методи для аналізу політики на місцевому, національному та міжнародному рівні;
- вільне володіння базовим категорійно-поняттєвим та аналітично-дослідницьким апаратом сучасної світової політичної науки.

В результаті вивчення дисципліни здобувач вищої освіти повинен знати:

- категоріальний апарат комунікативістики;
- особливості наукових підходів до аналізу політичної комунікації;
- механізми комунікаційного впливу на соціальні та політичні процеси в сучасному суспільстві;
- прийоми аналізу політичної мови і політичних текстів.

Необхідним елементом успішного засвоєння навчального матеріалу дисципліни «Політичні технології та зовнішній PR держави» є комплекс самостійних робіт здобувача з метою більш глибокого оволодіння матеріалом у вільний від обов'язкових занять час.

Методичні вказівки містять перелік завдань, які здобувач має виконати, самостійно опрацювавши фахову вітчизняну та іноземну літературу, нормативно-правові акти міжнародного характеру тощо. Перелік завдань для самоперевірки знань здобувачем в зазначених методичних вказівках згруповано за відповідними змістовними модулями, вони є орієнтиром при проведенні контрольного опитування під час лекційного заняття.

З усіма питаннями, які виникають у здобувача під час вивчення дисципліни, в тому числі при самостійній роботі та підготовці до аудиторних занять, він може звернутися до викладача (лектора та/або викладача з практичних занять) відповідно до графіку його консультацій щотижня, а також безпосередньо на лекційних заняттях.

СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 1

Змістовий модуль I. Основні засади PR у політичній сфері.

Лекція 1. Поняття і класифікація політичних інститутів та політичних систем.

1. Поняття політичного інституту.
2. Структура, класифікація та функції політичних інститутів.
3. Політичні інститути і політична стабільність.
4. Поняття і структура політичної системи.
5. Функції і типологія політичних систем.

Основні поняття: політичний інститут, політична стабільність, політична система.

Завдання на самостійну роботу 1

1. Охарактеризуйте поняття політичного інституту.
2. Назвіть структуру, класифікацію та функції політичного інституту.
3. Порівняйте поняття політичний інститут та політична стабільність

Лекція 2. Політичний процес і політична участь

1. Поняття політичного процесу.
2. Режими протікання політичного процесу.
3. Сутність, форми і різновиди політичної участі.
4. Прийняття політичних рішень.

Основні поняття: політичний процес, політична участь, політичне рішення.

Завдання на самостійну роботу 2

1. Що таке політичний процес?
2. Охарактеризуйте режими протікання політичного процесу.
3. Назвіть різновиди політичної участі.
4. Що впливає на прийняття політичних рішень?

Лекція 3. Основні поняття та категорії, інструментарій PR.

1. Поняття технології PR.
2. Різновиди політичних технологій.
3. Види політичної комунікації.

Основні поняття: технології PR, політичні технології, політичні комунікації.

Завдання на самостійну роботу 3:

1. Проаналізуйте місце і роль виборів у сучасному демократичному суспільстві.
2. Охарактеризуйте основні терміни і поняття виборчого процесу.
3. Що спільного і відмінного у поняттях «передвиборчі технології», «виборчі технології» та «політичні технології»?

Лекція 4. Технології проведення досліджень у PR.

1. Основні технології проведення досліджень у PR.
2. Вивчення аудиторії
3. Громадська думка.
4. Методи дослідження результатів виборів.

Основні поняття: технології проведення досліджень, аудиторія, громадська думка.

Завдання на самостійну роботу 4:

1. Назвіть основні технології проведення досліджень у PR.
2. Які основні особливості «спіралі мовчання» Е. Ноель-Нойман?

3. Охарактеризуйте «ринковий» та «антиринковий» підходи до визначення електорального простору.
4. Назвіть основні методи дослідження мотивів голосування.

Лекція 5. Законодавче регулювання політичних процесів та PR-діяльності.

1. Виборча система та її типи
2. Спостереження у виборчому процесі
3. Законодавче врегулювання діяльності ЗМІ
4. Порядок проведення виборів у закордонних державах.

Основні поняття: виборча система, виборчий процес, ЗМІ.

Завдання на самостійну роботу 5

1. Охарактеризуйте основні поняття «виборча система» та проаналізуйте типи виборчих систем.
2. Українське законодавство про статус і норми діяльності вітчизняних та іноземних спостерігачів на виборах.

Лекція 6. Інтернет у політичній комунікації.

1. Електронне голосування
2. Ідентифікаційні системи та Інтернет-конференції
3. Соц. мережа як інструмент у політичних технологіях
4. Мобільні комунікації та вірусний маркетинг
5. Інформаційно-комунікативні технології

Основні поняття: голосування, ідентифікаційні системи, соц. мережа, політичні технології, мобільні комунікації.

Завдання на самостійну роботу 6

1. Охарактеризуйте позитивні та негативні аспекти використання Інтернет-технологій під час виборів.
2. Законодавче унормування використання Інтернет-технологій.
3. Ідентифікація виборців та Інтернет-технологій.
4. Інформаційні війни в Інтернет.

Лекція 7. Деструктивні політичні технології

1. Деструктивні технології
2. Маніпулятивні технології
3. Стереотипи та технології мобберів
4. Види маніпулятивних прийомів
5. Чутки як інструмент політичних PR
6. Гуманітарні технології

Основні поняття: деструктивні технології, маніпулятивні технології, моббен, чутки, гуманітарні технології.

Завдання на самостійну роботу 7

1. Назвіть основні типи деструктивних технологій.
2. Чому деструктивні технології є досить поширеними?
3. Перерахуйте способи ідентифікації деструктивних виборів.
4. Деструктивні технології у зарубіжних країнах: історія та сьогодення

Лекція 8 Підготовка виборчої кампанії: український та зарубіжний досвід

1. Виборча кампанія
2. Підготовка плану PR
3. Роль політконсультантів та типологія моделей політ. консалтингу
4. Моделі проведення виборчих кампаній (США та Франція).

Основні поняття: виборча кампанія, політконсультант, консалтинг.

Завдання на самостійну роботу 8

1. У чому полягає стратегія PR-акцій?
2. Які функції виконують інформаційно-аналітичні центри?
3. Охарактеризуйте основні засади організації роботи щодо зв'язків з громадськістю.
4. Перерахуйте основні функції політконсультанта.

СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 2

Змістовий модуль II. Практика PR діяльності в політичній сфері .

Лекція 9. Політичне лобіювання: український та зарубіжний досвід.

1. Лобіювання – цілі та функції
2. Зарубіжний досвід

Основні поняття: лобіювання.

Завдання на самостійну роботу 9

1. Дайте визначення лобізму.
2. У чому полягають особливості підходів?
3. Які основні цілі лобістської діяльності у політичній сфері?
4. Перерахуйте засоби лобістської діяльності та її сферу застосування.
5. Охарактеризуйте позитивні та негативні наслідки лобізму.

Лекція 10. Політична промова

1. Поняття політичної промови та риторики
2. Переконавання та інші засоби впливу
3. Технології побудови публічних виступів
4. Рекомендації щодо публічного виступу

Основні поняття: політична промова, переконавання, публічний виступ.

Завдання на самостійну роботу 10

1. Яке місце посідає риторика у політичній діяльності?
2. У чому полягають особливості публічних виступів політичних діячів?
3. Що таке «етос»?
4. Яке значення «акції» у мистецтві мовлення?
5. Перерахуйте невербальні засоби спілкування.

Лекція 11. Медіа-планування та робота зі ЗМІ

1. Стан сучасної журналістики в Україні
2. Роль медіапланування в політичній кампанії

Основні поняття: журналістика, медіапланування, політична кампанія.

Завдання на самостійну роботу 11

1. Які характерні ознаки розвитку сучасних ЗМІ у світі?
2. Зробіть огляд «війни компроматів» під час останніх виборчих кампаній в Україні.

3. Проаналізуйте методи впливу ЗМІ у виборчій кампанії.

Лекція 12. Політична реклама

1. Реклама та її типи
2. Характеристика політичної реклами
3. Стратегія і тактика політичної реклами

Основні поняття: реклама, політична реклама.

Завдання на самостійну роботу 12

1. Назвіть основні вимоги до зовнішньої реклами.
2. Охарактеризуйте особливості телевізійної реклами.
3. Охарактеризуйте особливості радіо-реклами.
4. Охарактеризуйте протокольно-етикетні традиції африканських країн.

Лекція 13. PR у зовнішній політиці

1. Зв'язки з громадськістю. Варіативність визначень
2. Поняття державного PR
3. Зовнішній PR держави
4. Проблеми формування позитивного іміджу країни
5. Задачі України в зовнішній інформаційній політиці
6. Стереотипи, необхідність їхнього руйнування
7. Публічний імідж і PR
8. Публічний брендинг у мережі інтернет
9. Проблеми публічного брендингу і задачі України

Основні поняття: зв'язки з громадськістю, імідж країни, зовнішня інформаційна політика, стереотипи, брендинг.

Завдання на самостійну роботу 13

1. Дайте визначення поняттю «зв'язки з громадськістю».
2. Що таке державний PR?
3. Охарактеризуйте зовнішній PR держави.
4. Які виникають проблеми формування позитивного іміджу країни?

Лекція 14. Місце інформації, ЗМІ та медіа у зовнішньому PR держави

1. ЗМІ та медіа
2. Роль та функції ЗМІ в PR держави
3. Інформаційна політика, стратегія та агенства
4. Міжнародне мовлення та роль інтернету в PR
5. Електронний PR у зовнішньополітичних стратегіях країн світу

Основні поняття: ЗМІ, медіа, інформаційна політика, міжнародне мовлення, інтернет, електронний PR.

Завдання на самостійну роботу 14

1. Яка роль та функції ЗМІ в PR держави?
2. Як пов'язана інформаційна політика, стратегія та агенства?
3. Що таке міжнародне мовлення?

Лекція 15. Антикризові PR-технології

1. Класифікація криз з точки зору PR.
2. Структура кризи з точки зору PR.
3. Розробка антикризової стратегії PR

Основні поняття: криза, антикриза.

Завдання на самостійну роботу 15

1. Яким чином діагностується політична криза?
2. У чому полягають особливості розробки антикризової стратегії?
3. Як класифікуються політичні кризи з точки зору PR?
4. Які засоби протидії кризі на сьогодні існують?

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Варій М. Політико-психологічні передвиборчі технології : навч. метод. посіб. Київ: Ельга Ніка-Центр, 2003. 400 с.
2. Вплив PR-технологій на функціонування політичної системи, Лілія Хорішко
URL:https://iprend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/horishko_vplyv.pdf
3. Вплив PR-технологій на політичні процеси в Україні (на прикладі виборів до Верховної Ради 2006 року), Яковець А. В.
URL: https://msj.ukma.edu.ua/images/uploads/textblog/5.Ignatenko_T_diplom2007.pdf
4. ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ як інструмент політичної конкуренції на теренах України, Питуляк Н. С., Гладюк О. М., Вашак Л. Т.
URL: <http://global-national.in.ua/archive/2-2014/133.pdf>
5. Політичний PR під час виборчого процесу, Рихлік В. А.
URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197253692.pdf>
6. Уотсон Том, Нобл Пол. Методи оцінки діяльності PR-підрозділу компанії: Найкраще практичне керівництво з планування, досліджень та оцінки зв'язків з громадськістю / пер. з англ. Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2006. 272 с.
7. Чічановський А. А., Старіщ О. Г. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: підручник. Київ: Грамота, 2010. 568 с.
8. Шевченко О. В., Яковець А. В. PR: теорія і практика: підручник. Київ: Бізнесполіграф, 2011. 464 с.

Додаткова література

9. Бабич-Декань О. Політична підсвідомість. Якщо технологи влади не вивчать місцевої специфіки, то політреформа матиме зворотний результат / О. Бабич-Декань // Політика і культура. 2003. № 20 (199). С. 18.
10. Верман О. Нейролінгвістичні засоби впливу у виборчій кампанії // Політична психологія : наук. зб. / О. Верман. Львів : Ліга-Прес, 2003. С. 76—78.
11. Карпчук Н. Політичний анекдот як інструмент PR.
URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Nvnu/misnarod_vidnos/2007_7/1/4.pdf
12. Маніпулятивні передвиборчі агітаційні технології та їхній вплив на психічне здоров'я громадян. URL: http://donetsk.cure.org.ua/dbm.php/archive/2007-09-17_739
13. Моторнюк Т. Виборчі технології: концептуальні інтерпретації.
URL:http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_32/Gileya32/P7_doc.pdf
14. Як створити позитивний імідж держави?
URL: http://www.razumkov.org.ua/additional/article_chaly_NSD3_ukr.pdf.

Бібліотеки України

1. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Національна парламентська бібліотека України. URL: <http://www.nplu.kiev.ua/>
3. Одеська національна наукова бібліотека URL: <http://www.odnb.odessa.ua/>