

Факультет журналістики, реклами та видавничої справи	Медіа та політичні ідеології думки
	Ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський) Освітньо-професійна програма: Курс навчання: Кількість кредитів: 3, 90 годин. Мова викладання: українська Дні, час, місце: Французький б-р, 24/26, за розкладом Консультації: Французький б-р, 24/26, щотижнево за розкладом

СИЛАБУС

Викладач:	кандидат політичних наук, старший викладач <i>Бахметєв Андрій Євгенійович</i>
Кафедра:	Журналістики, реклами та медіакомунікацій
Контактна інформація:	andreibahmetev@gmail.com

КОМУНІКАЦІЯ

Комунікація зі здобувачами буде здійснюватися через вказаний e-mail та очні зустрічі на консультаціях.

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Метою дисципліни є сформувані у студентів глибоке розуміння взаємозв'язку між медіа та політичними ідеологіями, дослідити, як засоби масової інформації формують та поширюють політичні погляди, впливають на громадську думку та беруть участь у політичних процесах. Студенти отримують знання про ключові політичні ідеології, механізми їхньої медійної репрезентації, а також про роль ЗМІ у політичних маніпуляціях, пропаганді та боротьбі за інформаційний простір.

Завданнями дисципліни є:

- Ознайомити студентів з основними політичними ідеологіями (лібералізм, консерватизм, соціалізм, націоналізм тощо) та їхньою репрезентацією в медіа.
- Дослідити механізми впливу мас-медіа на формування політичної свідомості та ідеологічних переконань.
- Аналізувати роль традиційних та цифрових медіа у політичних процесах, виборчих кампаніях та інформаційних війнах.
- Вивчити медіа як інструмент державної та партійної пропаганди.
- Розглянути кейси інформаційних кампаній та їхній вплив на політичний порядок денний.
- Навчити студентів критично аналізувати політичні наративи в медійному просторі та розпізнавати маніпулятивні техніки.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен :

знати:

- Основні політичні ідеології, їхні принципи та особливості.
- Теорії медіавпливу та їхнє застосування у політичній комунікації.
- Роль ЗМІ у політичних процесах, виборах, формуванні громадської думки.
- Способи використання медіа в пропаганді, інформаційних війнах та популізмі.
- Правові та етичні аспекти політичної журналістики та медіавпливу.

вміти:

- Аналізувати політичний дискурс у традиційних і цифрових медіа.
- Виявляти маніпулятивні техніки та пропагандистські прийоми у політичному контенті.

- Оцінювати вплив медійних кампаній на політичну поведінку суспільства.
- Розпізнавати фейки, дезінформацію та інформаційні атаки у політичній журналістиці.
- Використовувати методи контент-аналізу для дослідження політичних меседжів у медіа.

володіти:

- Навичками критичного мислення та аналізу політичної інформації.
- Методику розпізнавання медіаманіпуляцій та інформаційних кампаній.
- Інструментами фактчекінгу та перевірки політичних заяв у ЗМІ.
- Техніками аналізу виборчих кампаній та політичних дебатів.
- Практикою дослідження медійного впливу на суспільні та політичні процеси..

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Курс буде викладений у формі лекцій (16 год.) та практичних (14 год.), організації самостійної роботи студентів (60 год.).

Зміст навчальної дисципліни

Тема	Результати навчання	Форми робіт
1.Політичні ідеології: сутність, структура, еволюція.	Основні підходи до визначення політичної ідеології. Класифікація політичних ідеологій: лібералізм, консерватизм, соціалізм, комунізм, націоналізм, анархізм тощо. Зміни політичних ідеологій у сучасному світі та їхні медійні репрезентації.	Обговорення, завдання, презентації
2. Медіа як інструмент політичного впливу.	Теорії медіавпливу: гіподермічна голка, модель «воротарів» (gatekeeping), культивация, спіраль мовчання. Медіа як «четверта влада»: функції та роль у демократичному суспільстві. Концентрація медіавласності та її вплив на політичний порядок денний.	Обговорення, завдання, презентації
3.Політичні комунікації в епоху цифрових медіа.	Вплив соціальних мереж на політичні процеси. Алгоритми цифрових платформ: як формується інформаційний порядок денний. Поняття «інформаційної бульбашки» та «ефекту ехокамери».	Обговорення, завдання, презентації
4.Політична пропаганда в медіа.	Визначення та види пропаганди (державна, воєнна, комерційна). Методи пропаганди: повторення, демонізація ворога, створення образу лідера, патріотична риторика. Історичні приклади пропагандистських кампаній.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання, тести
5.Дезінформація та маніпулятивні технології в політичному медійному дискурсі.	Види маніпуляцій у політичних медіа (емоційні, фактологічні, візуальні). Фейкові новини: як їх створюють і поширюють. Інформаційні війни: методи ведення та протидії.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання
6.Політична реклама та її вплив на суспільство.	Технології політичного маркетингу та PR. Виборчі кампанії в медіа: приклади успішних і невдалих стратегій. Аналіз політичної реклами в друкованих, телевізійних та цифрових медіа.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання, тести

7.Поляризація суспільства через медіа.	Як медіа сприяють політичному розколу суспільства. Мова ворожнечі в ЗМІ та її вплив на громадську думку. Політичний активізм у медіапросторі: громадянська журналістика, соціальні рухи, блогерство.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання
8.Цензура, свобода слова та медіаетика.	Політичний контроль над медіа: державна цензура, самоцензура, цензура платформ. Журналістські стандарти у висвітленні політичних подій. Конфлікт між свободою слова та відповідальністю ЗМІ.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні, проблемні завдання

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Варій М. Й. Політико-психологічні передвиборні та виборчі технології : навч. посіб. Київ : Ніка-Центр, 2013, С. 270
2. Верман О. Нейролінгвістичні засоби впливу у виборчій кампанії. Політична психологія : Наук. зб. Львів : «Ліга-Прес», 2013. С. 76
3. Відповідальний маркетинг: концепція та принципи. URL: http://wcunetwork.org.ua/ua/possessing/equalrights/article/Vdpovdlnii_koncepcja_ta_principi
4. Люльов О.В. Маркетинговий підхід до формування іміджу країни: основні детермінанти впливу та драйвери покращення макроекономічної стабільності. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2017. Випуск 2.
5. Поліщук І. Виборчі технології: сутність та різновиди. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2015. № 4. С. 106–112.
6. Рихліцький В. Хроніка передвиборного чорного піару з білбордів. Хто кого переміг?. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/22800/2019-04-27-khronika-peredvybornogo-chornogo-piaru-z-bilbordiv-khto-kogo-peremig/>
7. Технологія «двійників» та ефект «спойлеру» у виборчому процесі. *ОПОРА - Громадянська мережа - вибори в Україні - Election in Ukraine*. URL: <https://www.oporaua.org/vybory/tekhnologiia-dviinikiv-ta-efekt-spoileru-u-viborchomu-protsesi-21>

Інформаційні ресурси

1. Виборчий кодекс України. *Верховна Рада України. Офіційне інтернет-представництво*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20#Text>.

ОЦІНЮВАННЯ

Форма підсумкового контролю – залік.

Проведення контролю результатів навчання здобувачів відбувається відповідно до Положення про організацію і проведення контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти Одеського національного університету імені І.І. Мечникова URL : https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/poloz-org-kontrol_2022.pdf

ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-10%). Перескладання 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.