

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка
Філософський факультет
Кафедра політології

Шурко Оксана Богданівна

**Методичні рекомендації та матеріали для вивчення
навчальної дисципліни**

«ПОЛІТИЧНА ІМІДЖЕЛОГІЯ»

для студентів першого року навчання спеціальності 052 «Політологія»
освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр» (денна форма навчання)

Львів
2022

Затверджено на засіданні кафедри політології
Протокол № 1 від «26» серпня 2022 року

Схвалено Вченою радою філософського факультету
Протокол № 272/2 від «21» вересня 2022 року

ЗМІСТ

1. Вступ. Опис навчальної дисципліни.....	3
2. Мета та завдання, компетентності та результати навчальної дисципліни.....	4
3. Семестровий план і структура навчальної дисципліни	6
4. Основна та додаткова література навчальної дисципліни.....	8
5. Теми та зміст лекційних занять навчальної дисципліни	9
6. Теми семінарських/практичних занять навчальної дисципліни.	11
7. Завдання для самостійної роботи з навчальної дисципліни.....	12
8. Кредитно-модульна система оцінювання знань студентів	13
9. Розподіл балів, що присвоюється студентам	14
10. Контрольні питання для підсумкового контролю (заліку).....	14

1. Вступ. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		Денна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань <u>05 «Соціальні та поведінкові науки»</u>	Дисципліною вільного вибору
	Спеціальність <u>052 «Політологія»</u>	
Модулів – 1		<i>Рік підготовки:</i>
Змістових модулів – 1		1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання – немає		<i>Семестр</i>
Загальна кількість годин – 90		2-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студентів – 7	Освітньо-кваліфікаційний рівень: другий (магістерський)	16 год.
		<i>Практичні, семінарські</i>
		16 год.
		<i>Лабораторні</i>
		0 год.
		<i>Самостійна робота</i>
		58 год.
		<i>Індивідуальні завдання: 0 год.</i>
<i>Вид контролю: залік</i>		

2. Мета та завдання, компетентності та результати навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Політична іміджологія» – це дисципліна вільного вибору, яка вивчається студентами-магістрами першого року навчання спеціальності 052 «Політологія». Навчальний курс розрахований на 90 години і вивчається у другому семестрі магістратури. Дисципліна є складовою частиною вивчення й освоєння політичного маркетингу та менеджменту в рамках відповідної внутрішньої спеціалізації. У структурі годин курсу виокремлено такі складові: лекційні заняття – 16 год.; семінарські заняття – 16 год., самостійні завдання – 58 год.

Навчальна дисципліна «Політична іміджологія» присвячена проблематиці маркетингу та менеджменту політичних кампаній і проектів на підставі методик та методів теоретичної та прикладної політології. Представлений курс розроблено як крос-дисциплінарний, зокрема на стику політології (політичних інститутів і процесів), психології, PR та виборчих технологій. У цій навчальній дисципліні заплановано ознайомити студентів з призначенням та специфікою політичного іміджу і політичних кампаній. В основному увагу буде приділено дослідженню політичного ринку, особливостям комунікативного простору та його формування, побудові іміджу політичного лідера, відбору форматів, які є найбільш сприятливі для його просування в комунікативному просторі. *Методологічною основою* дисципліни є теорія раціонального вибору, теорії біхевіоралізму, психоаналізу, а також інші теоретико-методологічні підходи.

Мета курсу дати студентам уявлення про суть, теоретичні підходи і прикладний вимір політичного іміджу, а також сформувані у студентів вміння для формування ефективного політичного іміджу і його успішної реалізації у системі політико-владних відносин через різні види політичної реклами.

Завдання курсу є:

- набуття студентами наукових знань і прикладних навичок, що необхідні для подальшої самостійної роботи;
- ознайомити студентів з історією та теорією політичної іміджології;
- проаналізувати основні етапи формування політичної іміджології;
- прищепити навички самостійного аналізу відмінностей у різних видах політичних іміджів;
- вивчення особливостей політичної ситуації в державі та визначення потреб у лідерах певних іміджевих типів;
- ознайомити з основними іміджевими стратегіями тощо.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент буде

знати:

1. суть і основні етапи розвитку політичної іміджології, як наукової дисципліни, етапи формування політичного іміджу для політичного суб'єкта; види політичних іміджів, а також загальний й особливий підхід до поняття політичний імідж;
2. основні і допоміжні канали комунікації як шляхи впливу політичного іміджу на свідомість громадян, психологічні основи виборчої кампанії, особливості масової політичної культури і масової поведінки в контексті політичних кампаній і проектів, політичних змін і криз

вміти:

1. проектувати, організовувати, реалізовувати, оцінювати та рекомендувати різні типи політичного іміджу найбільш вигідні для політичного суб'єкта, визначати вплив різноманітних чинників на формування та ефективну реалізацію політичного іміджу;
2. досліджувати, систематизувати, аналізувати, обробляти та порівнювати нові ідеї та наявні знання й інформацію з різних джерел та експериментальні дані для ефективного прогнозування та використання у виборчих кампаніях, для розв'язання проблем у конкретній політичній ситуації і вироблення відповідних рекомендацій.

Крім того, в результаті успішного проходження курсу студент набуде *загальні компетентності*:

- **ЗК02.** Здатність проводити дослідження на відповідному рівні.
- **ЗК04.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- **ЗК06.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- **ЗК10.** Володіння методами вивчення суспільних феноменів, явищ і процесів.

та *спеціальні (фахові) компетентності*:

- **СК01.** Усвідомлення природи та значення політики як специфічного виду людської діяльності та особливої сфери пізнання, включаючи розвиток уявлень про політику та її сучасні інтерпретації.
- **СК04.** Здатність комплексно аналізувати владу та урядування, політичні системи, інститути та режими, політичні процеси та політичну поведінку у різних контекстах їхнього функціонування і на національному, субнаціональному й наднаціональному рівнях.
- **СК05.** Спроможність комплексно використовувати нормативу та емпіричну політичну теорію, методологію політичних досліджень та прикладного політичного аналізу.

- **СК06.** Здатність використовувати широкий спектр концептів і методів для інтерпретації та аналізу політики на місцевому, національному, європейському та глобальному рівні.
- **СК10.** Розуміння постмодерного підходу до політики та наукової парадигми, сутності, природи, структури, можливостей і викликів глобальної демократії, суті, особливостей і еволюції формування політичних цінностей у різних типах політичних режимів, зокрема на національному і субнаціональному рівнях.

Програмні результати навчання:

- **ПРО1.** Застосовувати для розв'язування складних задач політології розуміння природи та значення політики як специфічного виду людської діяльності та особливої сфери пізнання, включаючи розвиток уявлень про політику та її сучасні інтерпретації, особливостей реалізації влади у різних політичних системах, їх соціально-економічного, історичного та соціокультурного контексту.
- **ПРО2.** Застосовувати спеціалізовані концептуальні знання з політології, що включають сучасні наукові здобутки у сфері професійної діяльності або галузі знань і є основою для оригінального мислення та проведення досліджень, критичне осмислення проблем у галузі та на межі галузей знань.
- **ПРО10.** Аналізувати політичний процес на підставі постмодерного підходу та засад і методології соціального конструктивізму, розуміння сутності і форм ідеологічного маніпулювання, оперування різними за евристичними цінностями моделями громадянського суспільства, різними політичними цінностями й антицінностями в умовах глобалізації та різних рівнів і типів політичних режимів, концепціями, практиками, засадами та моделями політичимольтимікультуралізму, етнонаціональної політики, управління розмаїттям, конфліктами та перспективами розвитку громадянського суспільства в країнах світу.

3. Семестровий план і структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Денна форма					
	Усього	у тому числі				
л.		п./с.	лаб.	інд.	ср.	
1	2	3	4	5	6	7
Змістовий модуль 1						
Тема 1. <i>Теоретико-методологічні основи політичного іміджу.</i>	11	2	2	-	-	7
Тема 2. <i>Розвиток та становлення іміджології, як науки</i>	11,5	2	2	-	-	7,5
Тема 3. <i>Етапи та принципи формування</i>	11	2	2	-	-	7

<i>іміджу політичного лідера</i>						
<i>Тема 4. Фактори формування іміджу в контексті виборчої кампанії.</i>	11,5	2	2	-	-	7,5
<i>Тема 5 Формування іміджу політичного лідера.</i>	11	2	2	-	-	7
<i>Тема 6. Побудова іміджу та комунікативне програмування виборця</i>	11,5	2	2	-	-	7,5
<i>Тема 7. Імідж опонента</i>	11	2	2	-	-	7
<i>Тема 8 Стратегія і тактика іміджевої складової у виборчій кампанії</i>	11,5	2	2	-	-	7,5
Разом – зм. модуль 1	90	16	16			58
РАЗОМ	90	16	16	-	-	58

4. Основна та додаткова література навчальної дисципліни

Основна література:

1. Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент. - К.: МАУП, 1996. - 144 с.
2. Барна Н.В. Іміджелогія. Навч.посіб. для дистанційного навчання.К., 2007
3. Шурко О. Формування іміджу авторитарного лідера в сучасних умовах / О.Шурко // Львівська національна ідея : стан та перспективи розвитку. – Львів, 2010. – С. 15 –21.
4. Шурко О. Вплив політичного іміджу на свідомість громадян / О.Шурко // Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії. – Вип. 17 – 2018. – С. 261–266.
5. Старовойтенко Р. Імідж політичної партії як чинник електорального вибору // Нова політика. - 2001. - № 2. - С. 57.
6. Журавський В., Кучеренко О., Михальченко М. Політична еліта України: теорія і практика трансформації. - К.: Логос, 1998.– 264 с.

Додаткова література:

1. Почепцов Г. Г. Як стають президентами. Виборчі технології ХХ століття. - К., 1999. - 380 с.
2. Томенко М. Політична еліта України - 2000. - К., 2000.
3. Чемерис В. Л. Президент: Роман-есе.- К.: Вид-во СП «СВЕААС», 1994.- 464 с.
4. Кочубей Л. О. PR у політичній сфері : [Підручник] / Л. О. Кочубей. – К. : ППІЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2013. – 472 с.
5. Кочубей Л. Виборчі технології : [навч. посіб.] / Л. Кочубей. – К. : Український центр політичного менеджменту, 2008. – 332 с.
6. Мокан В. І. Проблема ефективності виборчих технологій та їх ресурсного забезпечення / Мокан В. І. // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. — 2010. — Вип. 19. — С. 174–183.
7. Мокан В. І. Технологічний ризик як складова оцінки ефективності виборчих технологій / В. І. Мокан // Гілея (науковий вісник) : [збірник наукових праць] / [гол. ред. В. М. Вашкевич]. — 2010. – Вип. 30. – С. 461–466.
8. Нальотов А. Виборчі технології як чинник впливу на масову свідомість / Андрій Нальотов // Політичний менеджмент. – 2007. – № 5. – С. 126–137.
9. Наріжний Д. Ю. Аналіз політичних технологій та особливостей їх застосування в транзитивному суспільстві: дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02 / Д. Ю. Наріжний. – Д., 2004. – 265 с.
10. Новакова О. Розвиток громадянської комунікативності в сучасному суспільстві / О. Новакова // Наукові записки Інституту політичних і

- етнонаціональних досліджень ім. І Кураса НАН України. – К., 2007. – Вип. 35. – С. 286–298.
11. Петракова Є. Деякі аспекти формування іміджу політичного лідера / Є.Петракова // Політичний менеджмент. – 2004. – № 2. – С. 109–120.
 12. Петров О. Стратегії політичних сил на парламентських виборах 2006 року / О. Петров // Політичний менеджмент. – 2006. – № 1. – С.18–26.
 13. Lawson M. Political Journal World Cup // The Guardian. - 2001. – June.

Інформаційні ресурси

1. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, електронні фахові видання // www.nbu.gov.ua
2. Львівська національна наукова бібліотека імені В. Стефаника // <http://www.library.lviv.ua/>
3. Національна історична бібліотека України :// <http://www.dibu.kiev.ua/>
4. Національна парламентська бібліотека України // <http://www.nplu.org/>
5. Харківська державна наукова бібліотека України імені В. Короленка // <http://korolenko.kharkov.com/>
6. Наукова бібліотека ім.В. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка // <http://lib-gw.univ.kiev.ua/>
7. Наукова бібліотека Львівського національного університету імені Івана Франка // <http://library.lnu.edu.ua/bibl/>
8. Книжкова палата України імені Івана Федорова // <http://www.ukrbook.net/>

5. Теми та зміст лекційних занять навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1

Тема 1. Теоретико-методологічні основи політичного іміджу.

Загальний й особливий підхід до поняття політичний імідж. Підходи до поняття імідж: онтологічний, антропологічний, ціннісний. Психологічна складова: стереотипи та «Я-концепція». Структура та функції іміджу. Принципи формування іміджу політика та політичної партії.

Тема 2 . Розвиток та становлення іміджелогії, як науки

Основні періоди та етапи розвитку іміджелогії, як науки. Історичні віхи дослідження сутнісного поняття «імідж» в політичних вченнях стародавнього світу, античності, середньовіччя, ренесансу, нового часу.

Становлення науки про імідж у політологічній практиці. Специфіка іміджмейкерства в США, Європі та на пострадянському просторі.

Тема 3 . Етапи, принципи та чинники, які впливають формування іміджу політичного лідера.

Етапи формування іміджу політичного лідера за М. Малишевським. Етапи формування іміджу політичного лідера за Г. Почепцовим. Унікальна політична пропозиція. Принципи формування іміджу політичного лідера.

Послідовність побудови політичного іміджу. Чинники, як елементи формування політичного іміджу: чинник візуалізації політика. Побудова моделі політичного іміджу. Джерела забезпечення процесу формування іміджу політичного лідера: Фокус-групи і соціологічні опитування. Масова комунікація і форми презентації іміджу.

Тема 4: Фактори формування іміджу в контексті виборчої кампанії

Масова свідомість та вплив на масову свідомість: масова аудиторія та статичний погляд на імідж. Особистісні фактори: зовнішні характеристики, фактор релігії, фактор віку, фактор сімейного стану, класовий фактор.

Тема 5: Формування іміджу політичного лідера.

Типи лідерства. Специфіка формування іміджу залежно від типу політичного лідера. Класична модель ідеального американського президента: очікування виборців. Специфіка формування іміджу авторитарного лідера (жага влади, нестабільність, слабкість, надмірна політизація, аморальність, егоїзм). Очікування виборців за Брендасом Брюсом.

Тема 6: Побудова іміджу та комунікативне програмування виборця.

Комунікативне програмування є побудовою іміджу політичного лідера. Відбір форматів, які є найбільш сприятливі для політичного лідера. Як уникати факторів, які можуть розкривати погані якості лідера.

Налагодження каналів комунікації: пряма і не пряма іміджеформуюча інформація: фон та шуми. Формат спілкування лідера та електорату. Фази іміджевої кампанії: акцентація, візуалізація, закріплення, форматування, кінцева ідея.

Тема 7: Імідж опонента.

Стратегічне планування. Значення медійної компанія у висвітлення негативні сторін опонента. Дебати, як складова інформаційної кампанії. Підготовка до дебатів. Підбір тем. Робота над зовнішнім виглядом, на фоні опонента кандидат повинен виглядати привабливо. Визначення позицій орієнтування на внутрішню та зовнішню політику.

Резонансна технологія за Г. Почепцовим. Різкий інтерес до конфронтації у суспільстві викликають два фактори: 1) підтвердження резонансної інформації. 2) коли реальна ситуація дисонує із пропонованим образом лідера.

Тема 8: Стратегія і тактика іміджевої складової у виборчій кампанії

Типи стратегії: дії в умовах свого домінування і дії в умовах домінування суперника. Психологічний аспект: внутрішні та зовнішні характеристики іміджу. Продукування контекстів позитивного сприйняття.

Пропоновані концепції: критика конкурентів, опора на партію, яка може вирішувати проблеми (бренд), акцент на проблемах, акцент на їх вирішенні.

Комунікативна технологія: цільове направлення ключових повідомлень, часові рамки планування, маніпулятивні комунікація, комунікативні приписи, PR, психологічна складова.

6. Теми семінарських/практичних занять навчальної дисципліни.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Теоретико-методологічні основи політичного іміджу.	2
2	Розвиток та становлення іміджології, як науки	2
3	Етапи та принципи формування іміджу політичного лідера	2
4	Фактори формування іміджу в контексті виборчої кампаній.	2
5	Формування іміджу політичного лідера	2
6	Побудова іміджу та комунікативне програмування виборця.	2
7	Імідж опонента	2
8	Стратегія і тактика іміджевої складової у виборчій кампанії	2
	Разом	16

7. Завдання для самостійної роботи з навчальної дисципліни

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Підходи до поняття імідж: онтологічний, антропологічний, ціннісний.	7
2	Специфіка іміджмейкерства в США, Європі та на пострадянському просторі.	7,5
3	Г. Почепцов про унікальну політичну пропозицію.	7
4	Медіаметрія політичного маркетингу.	7,5
5	Очікування виборців за Брендасом Брюсом.	7
6	Комунікативне програмування, як побудова іміджу політичного лідера	7,5
7	Медійна компанія у висвітлення негативні сторін опонента.	7
8	Імідж як складова політичного маркетингу.	7,5
Разом		58

8. Кредитно-модульна система оцінювання знань студентів

Навчальний процес здійснюється за традиційною технологією: лекції, практичні (семінарські) заняття, самостійна робота. Також передбачено колаборативне навчання (форми – групові проекти, спільні розробки, групові розрахункові роботи, навчальні спільноти, тьюторство і т.д.), проектно-орієнтоване навчання, дискусії, аналіз статистичних баз даних.

На лекційних заняттях використовуються головню: словесні методи (розповідь, бесіда, пояснення, лекція, діалог); наочні і практичні методи (ілюстрація, демонстрація, а також презентація); метод синтезу, аналізу, індукції, дедукції тощо. На семінарських заняттях використовуються: дискусія, проблемно-пошуковий, репродуктивний, інтерактивний методи тощо. У рамках самостійної роботи застосовуються дослідницькі методи. Розрахункова робота буде обговорюватись і виконуватись в рамках лекцій, семінарів, а також самостійної роботи.

Оцінка знань, умінь і практичних навиків студентів з курсу «Політична іміджелогія» здійснюється за 100-бальною шкалою.

Бали нараховуються за наступним співвідношенням:

- практичні/самостійні тощо – 80% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 80);
- контрольні заміри (модулі) – 20% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 20);

Поточний контроль знань студентів проводять за трьома складовими:

- контроль систематичності та активності роботи студентів впродовж семестру;
- контроль за виконанням модульних завдань/контрольних замірів;
- контроль за виконанням завдань самостійного опрацювання.

При контролі систематичності й активності роботи студентів оцінці підлягають:

- самостійна робота студентів;
- відвідування й активність на семінарських заняттях;
- рівень засвоєння знань програмного матеріалу.

Поточний контроль успішності здійснюється за п'ятибальною шкалою: "5" – відмінно", "4" – добре, "3" – задовільно, "2" – доповнення, "1" – коментарі (участь у дискусії). Реферат, доповідь, презентація – 10 балів; есе – 5 бали (дозволено по одному реферату, доповіді, презентації, есе). Контроль знань за результатами вивчення змістовного модуля оцінюється в 20 балів. Форма підсумкового контролю – залік в кінці семестру.

Поточний контроль та самостійна робота							Залік
Змістовий модуль 1							100
1	2	3	4	5	6	7	8

1, 2 ... 8 – теми семінарських занять у рамках змістовного модуля.

При оформленні документів за екзаменаційну сесію використовується таблиця відповідності оцінювання знань студентів за різними системами.

9. Розподіл балів, що присвоюється студентам

Шкала оцінювання: вузу, національна та ECTS

Національна шкала	Рейтингова шкала	Шкала ECTS	Пояснення
5 (відмінно)	90-100	A	Відмінно
4 (добре)	81-89	B	Дуже добре
	71-80	C	Добре
3 (задовільно)	61-70	D	Задовільно
	51-60	E	Достатньо
2 (незадовільно)	25-50	FX	Незадовільно
	0-24	F	Незадовільно без права перездачі

10. Контрольні питання для підсумкового контролю (заліку)

1. Іміджелогія як наукова дисципліна.
2. Іміджеві стратегії.
3. Функції персонального іміджу.
4. Імідж, політичний імідж і його природа.
5. Проблема візуалізації іміджу.
6. Маніпуляції з іміджем.
7. Поліфункціональність іміджу.
8. Політична комунікація в структурі іміджу.
9. Роль стереотипів у створенні і сприйнятті політичного іміджу.
10. Методи формування і реалізації іміджу політичної організації.
11. PR і політичний імідж.
12. Технології створення габітарного іміджу.
13. Імідж чоловіка-політика.
14. Імідж жінки-політика.
15. Структура особистісного іміджу
16. Психологічні аспекти створення політичного іміджу.
17. Реалізація політичного іміджу у виборчих кампаніях.
18. Іміджмейкінг.
19. Роль репутації в формуванні та просуванні політичного іміджу.

20. Техніки створення ефективного політичного іміджу.
21. Іміджі політичних ворогів.
22. Типізація іміджу.
23. Політична міфологія і політичний імідж.
24. Іміджі радянських вождів.
25. Інструментарій іміджелогії.
26. Співвідношення загального і індивідуального в іміджі політичного лідера.
27. Просування іміджу з допомогою PR і іміджмейкінгу
28. Місце «Я-концепції» в структурі персонального іміджу.
29. Вплив масових настроїв на політичний імідж
30. Вплив політичного іміджу на свідомість громадян
31. Імідж політичних партій.