

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Кафедра міжнародних відносин та міжнародного права

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

з дисципліни

«Суспільні комунікації в нових геополітичних умовах»

Курс: V

Спеціальність: 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії

Освітня програма 291.00.01. Суспільні комунікації

Форма проведення: письмова.

Тривалість проведення: 2 академічні години (1 год 20 хв).

Максимальна кількість балів: 40 балів.

Критерії оцінювання:

Кількість балів	Рівень знань
35-40	Високий рівень теоретичних знань у межах обов'язкового матеріалу з, можливо, незначними недоліками.
25-34	Достатній рівень теоретичних знань у межах обов'язкового матеріалу з незначною кількістю змістовних помилок.
15-24	Середній рівень теоретичних знань у межах обов'язкового матеріалу із значною кількістю змістовних недоліків.
14-0	Низький незадовільний рівень теоретичних знань у межах обов'язкового матеріалу, що потребує самостійного доопрацювання навчального курсу.

Екзаменаційне завдання з дисципліни «Суспільні комунікації в нових геополітичних умовах» складається з 30 тестових завдань (по 1 балу за кожну правильну відповідь) та теоретична частина передбачає 1 питання (по 10 балів) спрямованих на перевірку знання та розуміння студентами складових навчальної програми за наступними параметрами:

Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю.

1. Основні підходи вивчення комунікації.
2. Модель аргументуючої комунікації.
3. Модель іміджевої комунікації.
4. Модель пропагандистської комунікації.

5. Політика міжнародних урядових організацій в галузі масової комунікації.
6. Діяльність неурядових організацій в сфері масових комунікацій.
7. Геополітичні концепції інформаційного розвитку Європи.
8. Інформаційна парадигма розвитку ЄС.
9. Внутрішньоінституційні та зовнішньоінституційні комунікації ЄС.
10. Комунікативна політика ЄС.
11. Обмеження та протидія політичним маніпуляціям.
12. Психологічна війна в політиці та основні прийоми її ведення.
13. Державна репутація, імідж, бренд та ідентичність: спільні риси та основні відмінності.
14. Основні характеристики державного іміджу.
15. Основні групи стейкхолдерів в державному репутаційному менеджменті.
16. Передумови формування державного іміджу України.
17. Матриця складових українського іміджу.
18. Діяльність МЗС у просуванні позитивного міжнародного іміджу країни.
19. Україна у російських ЗМІ.
20. Україна у західних ЗМІ.
21. Інформаційні канали просування міжнародного бренду України.
22. Стратегія просування міжнародного іміджу України 2011.
23. Стратегія просування туристичного бренду України 2013.
24. Громадські ініціативи щодо формування і просування позитивного міжнародного іміджу України.
25. Феномен медіатизації та медіалізму та їх вплив на міжнародні відносини.
26. Глобальні супутникові системи та міжнародні відносини.
27. Віртуальна дипломатія в зовнішній політиці.
28. Концепція та роль віртуальної дипломатії у зовнішній політиці держав світу: спільне та відмінне.

29. Зростання ролі Інтернету у політичному дискурсі.
30. Соціальні мережі – новий вид комунікації у міжнародних відносинах.
31. Роль соціальних мереж у діяльності окремих політиків та політичних сил.
32. Соціальні мережі як інструмент здійснення зовнішньої політики.
33. Роль соціальних мереж у підготовці та реалізації соціальних протестів та переворотів.
34. Аналіз веб-сайтів дипломатичних місій України.
35. Характеристика веб-сайтів іноземних дипломатичних представництв в Україні.
36. Визначення параметрів контенту веб-сайту дипломатичного представництва держави за кордоном.
37. Рейтинг та змістовне наповнення веб-сайтів посольств України за кордоном.
38. Забезпечення геополітичної ідентифікації України засобами віртуальної дипломатії.
39. Перспективи використання віртуальної дипломатії у зовнішньополітичній діяльності України.
40. Етнічний, національний та цивілізаційний рівні культурної комунікації.
41. Проблема міжцивілізаційного партнерства.
42. Теоретичні підходи до розуміння маніпулювання.
43. Феномен маніпулювання в науковій літературі.
44. Ознаки маніпулятивного впливу.
45. Типологія маніпулятивних психотехнологій.
46. Маніпулювання і контрманіпулювання.
47. Психологічний захист від маніпулювання.
48. Напрямки застосування маніпулятивних технологій в бізнесі.

49. Напрямки застосування маніпулятивних технологій в діяльності міжнародних релігійних організацій.
50. Напрямки застосування маніпулятивних технологій в політиці.

**Перелік рекомендованої літератури та навчальних матеріалів.
Рекомендована література:**

6. Рекомендовані джерела

Основна (базова)

1. *Бєбик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз: монографія / В. Бєбик. - Київ : МАУП, 2005. - 437 с.*
2. *Зернецька О. В. Глобальна комунікація: монографія. – К.: Наукова думка, 2017. – 348 с.*
3. *Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація : навчальний посібник / В. М. Манакін. - Київ : Академія, 2012. - 288 с.*
4. *Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття / Г. Г. Почепцов ; пер. Т. Гуменюк. - Київ : Києво-Могилянська академія, 2017. - 257 с.*
5. *Чічановський А.А. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: підручник / А. А. Чічановський, О. Г. Старіш. - Київ : Грамота, 2010. - 568 с.*

Додаткова

1. *Анхольт С., Д.Хильдрет Бренд Америка. Как культурные ценности одной нации завоевывают сердца и умы миллионов людей в других странах благодаря правильно построенным маркетинговым стратегиям. – М.: Добрая книга. – 2010. – 232 с.*
2. *Березенко, В. В. Актуальна проблематика сучасних досліджень у галузі PR в Україні / В. В. Березенко // Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 13 лист. 2014 р., м. Київ / Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, Благодійний фонд сприяння розвитку освіти імені Бориса Грінченка ; ред. В. О. Огнев'юк [і ін.]. - Київ : Київ. ун-т імені Бориса Грінченка, 2014. - С.7-16.*
3. *Білявська, Юлія. Я - бренд! Інструмент чи звичний спосіб життя? / Ю. Білявська // Маркетинг и реклама: міжнар. проф. журнал. - Київ, 2018. - N 6. - С.38-40.*

4. В рамках кампанії ЄС з протидії кремлівській дезінформації запустили спеціальний сайт для ефективного моніторингу [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://112.ua/avarii-chp/v-ramkah-kampanii-es-protivodeystviyukremlevskoy-dezinformacii-zapustili-specialnyu-sayt-dlya-effektivnogo-monitoringa410858.htm>
5. *Вашека Т.В. Психологія спілкування : навч. метод. комплекс / Т. В. Вашека, І. С. Гічан. - Київ : Книжкове вид. НАУ, 2006. - 184 с.*
6. Ветринський І. Концептуальні засади дослідження геополітики в умовах глобалізації / І. Ветринський // Віче. – 2015. – № 22. – С. 6-10.
7. *Гелей С. Д. Політологія : навчальний посібник / С. Д. Гелей, С. М. Рутар. - Київ : Центр учбової літератури, 2016. - 348 с.*
8. Годний С. П. Лобізм як форма політичної комунікації [Електронний ресурс] /С.П. Годний. – Режим доступу:<https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/.../129>
9. *Гандзюк, В. О. Український Євромайдан у кривому дзеркалі російської пропаганди (2013—2014) / В. О. Гандзюк // Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 13 лист. 2014 р., м. Київ / Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, Благодійний фонд сприяння розвитку освіти імені Бориса Грінченка ; ред. В. О. Огнев'юк [і ін.]. - Київ : Київ. ун-т імені Бориса Грінченка, 2014. - С.23-29.*
10. *Гене́за ідей і динаміка розвитку соціальних комунікацій: колективна монографія / Київськ. міжнар. ун-т ; Ін-т журналістики. - Київ : КиМУ, 2011. - 311 с.*
11. *Герасименко О.С. Взаємодія держави і ЗМІ в питаннях регулювання інформаційного поля [Текст] = The interaction of the state and the media in the regulation of information field / О. С. Герасименко // Інтегровані комунікації = Integrated communication. - Київ : Київ ун-т ім. Б. Грінченка, 2016. - Вип. 2. - С. 70-72.*
12. *Динікова Л.Ш. Становлення кримськотатарського періодичного друку як чинник крос-культурних трансформацій у суспільстві [Текст] / Л. Ш. Динікова // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв = National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald : щоквартальний науковий журнал. - 2018. - № 1. - С. 67-70.*
13. Дубов Д. В. Зрушення сфер геополітичного протиборства: від географічної експансії - до конструювання інформаційно-кібернетичних просторів / Д. В. Дубов // Стратег. пріоритети. – 2014. – № 1. – С. 106-115.
14. *Еволюція світ-системи глобалізму(стратегічні імперативи співрозвитку): колективна монографія / О. Г. Білорус, О. В. Гаврилюк, О. В. Зернецька ; кер. авт. кол. О. Г. Білорус. - Київ : КНЕУ, 2014. - 429 с.*

15. ЄС впіймав російські ЗМІ на брехні понад 3000 разів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.depo.ua/ukr/svit/yes-vpiymav-rosiyski-zmi-nabrehni-ponad-3000-raziv-20171003650850>
16. ЄС розробив план щодо боротьби з дезінформацією [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.unn.com.ua/uk/news/1720387-yes-rozrobiv-planschodo-borotbi-z-dezinformatsiyeyu>
17. Зернецька О. В. Геополітика комунікацій: трансформація функцій і статусів головних акторів у сфері глобального управління комунікацією / О. В. Зернецька // Наук. зап. Ін-ту політ. і етнонац. дослідж. ім. І.Ф. Кураса НАН України : зб. наук. праць. – Київ, 2014. – Вип. 2. – С. 195-216.
18. Зернецька О. В. Глобальна комунікація як стратегічний імператив модернізації провідних країн // Історичні та стратегічні імперативи модернізації провідних і транзитивних країн світу: збірник наук. праць / За заг. ред. О.В. Зернецької. – К.: ДУ «Інститут всесвітньої історії» НАН України, 2017. – 192 с. – С.52-61.
19. Зернецька О. Глобальні ефекти соціальної мережі Facebook / О. Зернецька // Зовнішні справи : суспільно-політичний журнал. - 2013. - N 6. - С. 58-61.
20. Зернецька О.В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. – К.: Освіта, 1999. – 351 с.
21. Зернецька О. В. Право на комунікацію в глобалізованому світі // UA Foreign Affairs. – 2017. - №7. – С. 40-44.
22. Зернецька О. В. Роль комунікаційних мереж і практик у консолідації суспільства: висновки для України // Економічний часопис-XXI. – 2014. - №9. – С.38-43.
23. Зернецька О. Роль соціальних медіа у президентських виборах у США 2016 року / О. Зернецька // Зовнішні справи: суспільно-політичний журнал. - 2017. - N 2. - С.6-9.
24. Зернецька О. Створення диджитального єдиного ринку для Європи (цивілізаційний прорив) / О. Зернецька // Зовнішні справи : суспільно-політичний журнал. - 2013. - N 7. - С.40-45.
25. Інформаційні vs організаційні війни: трансформація парадигми [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://stratcom.co.ua/informatsijni-vs-organizatsijni-vijni-transformatsiya-paradigmi>.
26. Карпчук Н. Засади комунікаційної політики: досвід країн-членів Європейського Союзу : [монографія] / Н. Карпчук. – Луцьк : Вежа Друк, 2015. – 440 с.
27. Квіт С. Масові комунікації [Текст] : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / С. Квіт. - Київ : Києво-Могилянська академія, 2008. - 206 с.
28. Климанська, Л. Д. Природа інформаційного обміну в процесі політичної комунікації / Л. Д. Климанська // Розвиток демократії і демократична освіта в Україні. – К.: Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2007. - 535 с. - С.168-175.

29. Комуникативні тренди міжнародних відносин / Макаренко Є.А., Рижков М.М., Піпченко Н.О. та ін. – К.: Центр вільної преси, 2016. – 614 с.
30. Коник Д. Стратегічні комунікації: посібник для державних службовців / Д. Коник. - Київ : Міжнародний банк реконструкції та розвитку/ Світовий банк, 2016. - 256 с.
31. Королько В.Г. Зв'язки з громадськістю : наукові основи, методика, практика / В. Г. Королько, О. В. Некрасова. - Вид. 3-тє, переробл. та допов. - Київ : Києво-Могилянська академія, 2009. - 831 с.
32. Крайнікова Т. Агресивні інформаційні потоки в українському медіаландшафті та медіаспоживанні / Т. Крайнікова // Вісник Книжкової палати: науково-практичний журнал. – Київ, 2013. - N 11 (208). - С.41-45.
6. Кругленко О. Просторова психологія. Просторові зони спілкування і специфіка дотиків [Текст] / О. Кругленко // Управління освітою: часопис для керівників освітньої галузі. - 2017. - № 10. - С. 58-61.
7. Курбан О. В. Базові основи системного PR-планування / О. В. Курбан // Вісник Книжкової палати: науково-практичний журнал. – К., 2014. - N 12 - С.36-39.
8. Курбан О. В. Інформаційне супроводження російської гібридної агресії в Донбасі (2014-2016) / О. В. Курбан // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія: науковий журнал. - Київ, 2017. - № 2. - С.66-73.
9. Курбан О. В. Сучасна гібридна війна та її інформаційна складова / О. В. Курбан // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія = Library Science. Record Studies. Informology : науковий журнал. - 2016. - № 4. - С. 82-90.
10. Лукашевич М.П. Соціологія масової комунікації : підручник / М. П. Лукашевич, Ф. Ф. Шандор. - 2-е вид., переробл. і допов. - Київ : Знання, 2015. - 367 с.
33. Макаренко Є. Сучасні комунікативні технології: доктрина, типологія, інструменти, практика // Актуальні проблеми міжнародних відносин. (Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка). – К., 2009. – Випуск 84. Частина I. – С. 147-152.
34. Макарова М. Міжкультурні комунікації в контексті євроінтеграції процесів ХХІ століття / М. Макарова // Вісник Книжкової палати: науково-практичний журнал. – К., 2017. - N 8 - С.24-28.
35. Маркова М.В. Інформаційно-психологічна війна проти населення України як сучасна реальність: стан проблеми і шляхи подолання наслідків = Information and psychological war against population of Ukraine as a current reality: problems and ways of overcoming of consequences / М. В. Маркова, А. Р. Марков // Інтегровані комунікації = Integrated communication. - 2016. - N 2. - С. 73-85.

36. *Моловач М. И. Искусство презентаций и ведения переговоров : учебно-практическое пособие / М. И. Моловач. - Киев: Центр учебной литературы, 2018. - 242 с.*
37. *Негрей М. В. Теорія прийняття рішення : навчальний посібник / М. В. Негрей, К. Л. Тужик. - Київ: Центр учбової літератури, 2018. - 271 с.*
38. *Новохатько Л. М. Проблеми та перспективи формування позитивного міжнародного іміджу України / Л. М. Новохатько // Зовнішні справи: суспільно-політичний журнал. - 2017. - N 3. - С.30-35.*
39. *Парфенюк, І. М. Соціальні мережі інтернету як засіб комунікації політичного лідера (на прикладі соцмереж Президента України) / І. М. Парфенюк // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія: науковий журнал. - Київ, 2017. - № 2. - С.58-67.*
40. *Почепцов Г.: «Війна четвертого покоління – це війна культур» [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://vgolos.com.ua/articles/georgiy_pocheptsov_viyna_chetvertogo_pokolinnya_tse_viyna_kultur_255172.html.*
41. *Почепцов Г. Нові медіа як засіб міжнародних інформаційних інтервенцій [Електронний ресурс] / Г.Почепцов // Медіаграмотність. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13955>.*
42. *Почепцов Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології / Г. Почепцов // Комунікація. – 2010. – № 1. – С. 19-26.*
43. *Почепцов Г. Сенси і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах : пер. з рос. / Г. Почепцов ; пер. Т. Гуменюк. - Київ : Києво-Могилянська академія, 2016. - 312 с.*
44. *Протидія пропаганді та дезінформації: уроки з України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ukraine-office.eu/counteracting-propaganda-anddisinformation-lessons-from-ukraine2/>*
45. *Ромат Є. В. Брендинг у комунікаціях держави та органів публічного управління / Є. В. Ромат, Ю. В. Гаврилечко // Маркетинг и реклама: міжнар. проф. журнал. - Київ, 2018. - N 6. - С.22-30.*
46. *Світова гібридна війна: український фронт. За ред. В.П.Горбуліна [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/2431/>*
47. *Соціальні комунікації в інтеркультурному просторі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 13 лист. 2014 р., м. Київ / Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, Благодійний фонд сприяння розвитку освіти імені Бориса Грінченка ; ред. В. О. Огнев'юк [і ін.]. - Київ : Київ. ун-т імені Бориса Грінченка, 2014. - 343 с.*
48. *Теорія прийняття рішень: підручник / М. П. Бутко [та ін.] ; ред. М. П. Бутко. - Київ: Центр учбової літератури, 2018. - 356 с.*
49. *Тихомирова Є.Б. Комунікації з громадськістю в міжнародному середовищі: структура, цілі та завдання // Актуальні проблеми*

міжнародних відносин : зб. наук. пр. / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин; [редкол.: Л. В. Губерський та ін.]. – К., 2002. – Вип. 34, Ч. 2. – С. 70–77.

50. Тодорова О. PR в цифрову еру. *Искусство коммуникаций* / О. Тодорова. - Київ : Huss, 2012. - 239 с.

51. Фесенко М. В. Вплив глобальної інформаційно-комунікативної інфраструктури на формування нового міжнародного порядку [Електронний ресурс] / М. В. Фесенко. – Міжнародні відносини. Серія «Політичні науки». № 17 (2017) – Режим доступу до журналу: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3326

52. Хільчевська І. Г Інформаційна глобалізація: сучасні тенденції та перспективи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://geopolitika.crimea.edu/arhiv/2014/tom10-v-2/050xilch.pdf>

53. Чекалюк В.В. Залучення медіаінструментів для формування позитивного державного іміджу [Текст] = *Representation of the major types of gender stereotypes in advertising* / В. В. Чекалюк // *Інтегровані комунікації = Integrated communication*. - 2016. - N 2. - С. 37-42.

54. Чечулін О.В. Комунікаційні і маркетингові заходи в програмах просування територій [Текст] = *Communication and marketing activities in the program progress of the territory* / О. В. Чечулін // *Інтегровані комунікації = Integrated communication*. - 2016. - N 2. - С. 43-45.

55. Шевченко О.В. Державний брендинг в міжнародних відносинах: Навчальний посібник / Шевченко О.В. – К.: ІМВ, 2011. – 185 с.

56. Шумка А., Черник П. Інформаційно-мережева війна - нова форма міждержавного протиборства початку ХХІ ст. [Електронний ресурс] А. Шумка, П.Черник - Режим доступу: [http:// www.asv. gov.ua/content/nauka/editions/19/2013-19/243-255.pdf](http://www.asv.gov.ua/content/nauka/editions/19/2013-19/243-255.pdf)

Курсивом відзначено позиції рекомендованих джерел, наявних у бібліотечних фондах Університету.

Інші навчальні матеріали:

1. Конспекти лекцій.
2. Доповіді та презентації на семінарських та практичних заняттях.
3. Виконані завдання самостійної роботи.

**Зразки тестів та питання з теоретичної частини
екзаменаційного завдання:**

1. Коли виникло поняття „масова комунікація”?
 - А) на початку ХІХ століття
 - Б) на початку ХХ століття
 - В) на початку ХХІ століття

2. Визначте типи ефектів комунікації:
 - А) Зміни в знаннях комуніканта
 - Б) Зміни установок реципієнта
 - В) Зміна поведінки

3. «Взаємодія комунікатора та реципієнта, котрий є активним учасником комунікаційного процесу:
 - А) Лінійна модель комунікації
 - Б) Інтеракціоністська модель комунікації
 - В) Системна модель комунікації

1. Охарактеризуйте забезпечення геополітичної ідентифікації України засобами віртуальної дипломатії.
2. Обґрунтуйте роль публічної дипломатії та ПР у політичній міждержавній комунікації.
3. Проаналізуйте феномен медіатизації та медіалізму та їх вплив на міжнародні відносини..

Екзаменатор:

Г.М. Мельник

Завідувач кафедри:

І.В. Жалоба