



ПОЛІТИЧНА ІМІДЖЕЛОГІЯ

Мета:

з'ясувати основні складові сучасної іміджології, засоби та інструментарій політичної іміджології, шляхи побудови політичного іміджу, становлення іміджології в Україні

Завдання:

- Висвітлити теоретико-методичні засади іміджології;
- Ознайомити з базовими поняттями дисципліни;
- Дослідити засоби та основні технології формування політичного іміджу;
- З'ясувати основні техніки політичного іміджу та сутність персональної іміджології;
- Застосування технологій та інструментарію іміджології для вирішення практичних завдань.

Тематичний зміст:

Тема 1. Політична іміджелогія як наука та навчальна дисципліна

Історичні переудови виникнення політичної іміджелогії та її соціальні витоки. Іміджелогія в системі соціально-гуманітарних наук. Зв'язок політичної іміджелогії з історією, психологією, соціологією, політичним менеджментом а маркетингом. Соціальна природа іміджу, імідж як знакова інформація та символічний порядок. Формування політичного іміджу та політичної іміджелогії. Становлення політичної іміджелогії. Політична іміджелогія та паблік рілейшнз. Політична іміджелогія як система поглядів на закони масової комунікації. Предмет та завдання курсу політична іміджелогія.

Тема 2. Політичний імідж : поняття, сутність та типологія

Імідж як політичне явище: сутність і природа. Імідж як фономен індивідуальної, групової, масової свідомості; Імідж як образ уявлення, як стиль і форма поведінки. Політична практика та публічна діяльність як аспект політичного іміджу. Політичний імідж як цілеспрямований та спровогаований образ суб'єкта політики. Практична значемість іміджу та його вплив на діяльність людини. Основні теоретичні підходи до визначення політичного іміджу (онтологічний, антрополгічний, ціннісний, етичний) Типи політичного іміджу. Рівні структури політичного іміджу, його оснвовні ознаки та складові. Психологічні фактори сприйняття іміджу (архетипи, стереотипи, прототипи як прототипи масової свідомості) Етапи формування політичного іміджу. Загальні вимоги до моделей іміджу та їх змістовна характеристика. Управління іміджем. Роль масової психології для іміджелогії.

Тема 3. Технології побудови іміджу

Основоположні принципи побудови політичного іміджу. Методологічні стратегії створення іміджу. Позичіювання як основна стратегія побудови іміджу. Інструментарій політичної іміджелогії (позичіювання, міфологізація, вербалізація, деталізація, акцентування, візуалізація тощо). Технології побудови іміджу, засоби його формування, аналіз можливих стратегій упровадження. Рекламна стратегія, творча стратегія, медійна стратегія. Імідж в структурі комунікативного простору. Бренди як основа соціальних змістів. Психологічні війни у формуванні іміджу. Роль пропаганди у формуванні іміджу. Основні правила пропаганди. Контрпропаганда. Адаптація іміджу до можливих змін суспільного середовища.

Тематичний зміст:

Тема 4. Імідж публічного політика

Імідж – основний компонент публічної політики. Політика і політичні лідери. Основні фактори формування іміджу політика. Іміджеві характеристики політика (психофізичні, особистісно-комунікативні, соціальні, міфосимволічні, професійно-політичні та ін.) Технологія побудови іміджу політичного лідера. Техніки створення іміджу, іміджева символізація та міфологізація. Техніки підвищення іміджу. Імідж політика у виборчій кампанії.

Іміджева комунікація публічного політика, роль ЗМІ у формуванні іміджу.

Я-концепція політичного лідера. Політична поведінка лідера. Основні потреби лідера, мотиви поведінки лідера. Стиль міжособистісних стосунків політичного лідера. Стиль прийняття політичних рішень.

Символічні моделі героїки – специфічні основи побудови іміджу політичного лідера різних держав. Символічні типи «героя»: «сім'янин», «інтелектуал», «господарник», «державний муж». Мови дії (вербальна, візуальна, перформансна, міфологічна).

Якості сучасного політика в оцінках громадян України. Роль національного характеру у сприйнятті політичного лідера. Уявлення про «ідеального лідера».

Тема 5. Паблік рілейшнз та політична реклама як засіб формування політичного іміджу

Паблік рілейшнз (ПР), як робота з громадськістю, формування і підтримка сприятливого політичного іміджу, спрямована на переконання громадськості в необхідності діяльності політичного лідера або партії, їх благодатному впливу на життя суспільства. Виникнення, формування і розвиток паблік рілейшнз як мистецтва і науки. Робота паблік рілейшнз з засобами масової інформації. Формування ефективного політичного іміджу з допомогою інструментарію паблік рілейшнз.

Політична реклама як важливий засіб і самостійний напрямок формування політичного іміджу. Функції політичної реклами у сучасному комунікативному просторі. Політична реклама та політичний іміджмейкінг, поняття рекламних технологій. Класифікація рекламних технологій (аудіо та візуальні способи рекламування, методи зовнішньої реклами, прийоми друкованої реклами, комп'ютеризовані форми реклами та ін.) Взаємозв'язок рекламних технологій зі стратегією політичного іміджмейкінгу. Вплив політичної реклами на можливості політичних суб'єктів та стратегію іміджмейкінгу.

Тема 6. Імідж держави. Іміджева політика України.

Теоретико-методологічні підходи до дослідження іміджу держави. Розгляд реалістичного і ліберального підходів до дослідження впливу внутрішнього політичного режиму на зовнішню політику держави. Значення теорії конструювання соціальної реальності при дослідженні формування іміджу держави. Дослідження іміджу як чинника інформаційно-комунікаційного забезпечення політичної модернізації українського суспільства

Форми та методи навчання

- Форми організації вивчення дисципліни: аудиторні (лекційні, семінарсько-практичні заняття) та позааудиторні (самостійна робота) заняття.
- Методи навчання, які використовуються під час вивчення дисципліни: розповідь, пояснення, демонстрація, дискусії, практична робота, пошукова робота із застосуванням різних джерел інформації, моделювання ситуацій, ділова гра, психологічний тренінг, тестування.

Форми та методи контролю

- Початковий (опитування), поточний (доповіді), підсумковий (тестування).

Кількість кредитів ЄКТС

для вивчення навчальної дисципліни
«Політична іміджелогія» – 3,0 (90 годин).



Викладачі і їх контакти:

- **Куц Галина Михайлівна**,
доктор політичних наук, професор,
професор кафедри політології,
соціології і культурології
ХНПУ імені Г. С. Сковороди
- **Білоцерківська Наталя Геннадіївна**,
кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри політології,
соціології і культурології
ХНПУ імені Г. С. Сковороди

адреса для консультацій:
kaf-politology-sociology@hnpu.edu.ua
- **Консультації:**
за графіком та/або дистанційно

