

Міністерство освіти і науки України
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Факультет морського права

НІКОЛАЄНКО НАТАЛІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА

Навчально-методичний посібник

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА
ТА
ПОЛІТИЧНА КОМУНІКАЦІЯ

Миколаїв –2022

УДК 324(477);659.4

Н 50

Автор:

Н. О. Ніколаєнко, д-р політ. наук, професор

Рецензенти:

С.М. Наумкіна, доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри політичних наук та права Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К.Ушинського

Н.П. Карпчук, доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри міжнародних комунікацій та політичного аналізу Волинського національного університету імені Лесі України

*Рекомендовано Навчально-методичною радою НУК імені адмірала Макарова
(протокол №5 від 29.06.2022 р.)*

Ніколаєнко Н.О.

Н 50

Н.О. Ніколаєнко, Інформаційна безпека та політична комунікація: навчально-методичний посібник, Миколаїв: НУК, 2022, 121 с.

Вивчення курсу покликане сприяти поглибленню знань майбутніх фахівців щодо організації й діяльності органів державної влади, центрального та місцевого управління стосовно захисту інформації та інформаційної безпеки суспільства. У результаті вивчення курсу здобувач освіти оволодіває методами отримання політичної інформації, основними методами збирання та обробки первинної політичної інформації; вміння орієнтуватися в інформаційному просторі, отримувати інформацію та оперувати нею відповідно до власних потреб і вимог сучасного високотехнологічного суспільства; навички застосовувати знання, уміння та особистий досвід у предметно-перетворювальній діяльності; здатність використовувати у майбутній практичній діяльності нові наукові та практичні здобутки або інформацію; здатність до співпраці, ясно, логічно висловлювати свою думку з проблемних питань дисципліни; уміння аналізувати сучасні проблеми розвитку суспільства.

© Ніколаєнко Н. О., 2022

© Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова, 2022

ЗМІСТ

1. Конспекти лекцій	4
2. Тематика практичних занять	61
3. Підсумковий контроль	76
4. Тематика творчих завдань	100
5. Тематика есе:	100
6. Теми доповідей / рефератів	101
7. Рекомендована література до курсу	102
8. Орієнтовні питання до підсумкового контролю	114
9. Основні терміни і поняття	115

1. КОНСПЕКТИ ЛЕКЦІЙ

Тема 1. Основні поняття та категорії інформаційної безпеки

План

1. Безпека в інформаційному суспільстві. Поняття інформаційної безпеки.
2. Суб'єкти та об'єкти інформаційної безпеки.
3. Види інформаційної безпеки.

1. Безпека в інформаційному суспільстві. Поняття інформаційної безпеки.

Визначення ХХІ ст. століттям інформації підкреслює її панування в сучасному світі. Інформація стала продуктивною силою і товаром, засобом захисту і нападу у відстоюванні особистих, суспільних і державних інтересів. З її зростаючою роллю в житті сучасного суспільства проблема інформаційної безпеки вимагає до себе постійної і більшої уваги.

Інформаційна безпека є складним, системним, багаторівневим явищем, на стан і перспективи розвитку якого здійснюють прямий вплив зовнішні і внутрішні чинники, серед яких: 1) політична обстановка у світі; 2) наявність потенційних зовнішніх і внутрішніх загроз; 3) стан і рівень інформаційно-комунікаційного розвитку країни; 4) внутрішньополітична обстановка в державі.

До ключових понять у сфері забезпечення інформаційної безпеки відносять наступні: «інформація», «інформаційна сфера», «безпека», «інформаційна безпека», «безпека інформаційної сфери».

Категорія «інформація» є засобом комунікації людей, одним із найважливіших факторів системи суспільних відносин. Поняття інформації неодноразово змінювалось, тому точного й однозначного визначення поняттю немає.

Інформація (лат. *informazio* – роз'яснення, виклад, поінформованість) – одне з найбільш загальних понять, що позначає певні відомості, сукупність будь-яких даних, знань тощо. Саме поняття «інформація» зазвичай передбачає наявність принаймні трьох об'єктів: джерела інформації, її споживача та середовища, через

яке передається інформація.

Інформація – це документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі (Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 р.).

З іншого боку, інформація виступає як багатофункціональний об'єкт. Вона створюється й застосовується в усіх сферах діяльності і забезпечує виконання багатоманітних функцій і завдань, що постають перед найрізноманітнішими суб'єктами – органами державної влади, місцевого самоврядування, перед фізичними і юридичними особами, іншими соціальними утвореннями.

Найважливіші види інформації, яких стосується проблема інформаційної безпеки: стратегічна, політична, соціально-економічна, воєнна, наукова.

Інформаційна сфера – це середовище, що покликане задовольнити інформаційні потреби людей, сприяти підвищенню інформаційної якості їх життєдіяльності. У науковій літературі інформаційну сферу визначають як сферу обігу інформації, під час якого суб'єкти реалізують свої потреби і можливості по відношенню до інформації (І. Л. Бачило).

Інформаційна сфера як системотворчий фактор життя суспільства активно впливає на стан політичної, економічної, національної, оборонної й інших складових безпеки сучасної держави. В свою чергу, це потребує адекватного стану інформаційної безпеки та її важливої складової захисту інформації.

Головне змістовно-інформаційне навантаження для більш точного визначення реальних меж предмету інформаційної безпеки несе поняття «безпека».

З огляду на соціальний характер безпеки вона позначає стан захищеності особи, суспільства, держави від внутрішніх та зовнішніх загроз, який базується на діяльності людей, суспільства й держави, світового співтовариства народів із виявлення, попередження, послаблення, усунення і відбиття небезпек та загроз, здатних згубити їх, позбавити фундаментальних матеріальних та духовних цінностей, завдати неприйнятну (недопустиму об'єктивно й суб'єктивно) шкоду, зачинити шлях для виживання та розвитку (В. Серебряніков, В. Ярочкін).

З огляду на сприйняття інформаційної сфери безпосередньо як інформації та

сфери її обігу, *безпека інформаційної сфери* – це стан захищеності інформації та сфер її створення, накопичення, зберігання, оброблення, розповсюдження й використання.

Інформаційна безпека визначається як стан захищеності життєво важливих інтересів людини, суспільства й держави, при якому запобігається нанесення шкоди через: неповноту, невчасність та невірогідність інформації, що використовується; негативний інформаційний вплив: негативні наслідки застосування інформаційних технологій; несанкціоноване поширення, використання, порушення цілісності, конфіденційності та доступності інформації. Інформаційна безпека стан захищеності особи, суспільства й держави, при якому досягається інформаційний розвиток (технічний, інтелектуальний, соціально-політичний, морально-етичний), за якого сторонні інформаційні впливи не завдають їм суттєвої шкоди.

2. Суб'єкти та об'єкти інформаційної безпеки. До суб'єктів інформаційної безпеки відносять:

- державу, що здійснює свої функції через відповідні органи;
- громадян, суспільні або інші організації і об'єднання, що володіють повноваженнями по забезпеченню інформаційної безпеки у відповідності до законодавства.

До соціальних об'єктів інформаційної безпеки звичайно відносять особистість, колектив, суспільство, державу, світове товариство.

У політичній сфері об'єктами інформаційної безпеки виступають: суспільна свідомість та політична орієнтованість суспільних верств і населення окремих регіонів країни; система вироблення, прийняття і впровадження політичних рішень; права політичних партій, організацій, громадських об'єднань; система інформування населення про політичне, економічне та інше життя країни; система формування громадської думки, до якої входять інституції вивчення та аналізу громадської думки.

Відповідно, у духовній сфері – світогляд людини, її життєві цінності та ідеали; соціальні та особистісні орієнтації; культурні та естетичні позиції.

Об'єктами інформаційної безпеки у сфері економіки є інформаційно-

аналітична система державної статистики; джерела інформації про комерційну діяльність суб'єктів усіх форм власності; інформаційно-аналітичні системи збору та обробки фінансової, податкової, митної, зовнішньоекономічної інформації.

У галузі оборони до таких об'єктів відносять інформаційно-аналітичні системи, інформаційні ресурси апарату Міноборони; інформаційні ресурси військово-оборонних підприємств та науково-дослідних установ, які працюють у цій галузі; системи зв'язку та управління військами та зброєю; морально-психологічний стан Збройних сил України.

3. Види інформаційної безпеки. Основні напрямки забезпечення інформаційної безпеки пов'язані зі станом захищеності людини і громадянина, суспільства, держави.

Інформаційна безпека особистості – це стан захищеності особистості, соціальних груп чи об'єднань від негативних впливів деструктивної інформації, що призводить до зміни психічних та психологічних характеристик людини, її поведінки та сприйняття дійсності; здатність держави створити належні умови для гармонійного розвитку й задоволення потреб особистості в інформації.

До інформаційних загроз особистості відносять: втручання в особисте життя, використання об'єктів інтелектуальної власності, деформація системи масового інформування та поширення дезінформації, обмеження доступу до інформації, посилення інформаційно-психологічного впливу на людину тощо.

Інформаційна безпека суспільства – це можливість вільно реалізовувати суспільством та окремими його членами свої конституційні права на безперешкодне одержання, обробку, створення й поширення інформації, а також ступінь їх захисту від деструктивного інформаційного впливу.

Інформаційна безпека держави – це захист основних сфер життєдіяльності держави від небезпечних (дестабілізуючих, деструктивних, що уражають державні інтереси і т. ін.) інформаційних впливів; конкретні дії щодо забезпечення безпечних умов існування інформаційних процесів та їх безпечного розвитку в майбутньому; забезпечення безпечних умов існування інформаційних технологій, які включають питання захисту інформації, інформаційної інфраструктури держави,

інформаційного ринку та створення безпечних умов існування та розвитку інформаційних процесів.

Комплекс питань інформаційної безпеки держави включає такі сфери державної діяльності, як: захист та обмеження обігу інформації; захист інформаційної інфраструктури держави; безпека розвитку інформаційної сфери держави; захист національного інформаційного ринку; попередження інформаційного тероризму та інформаційної війни.

Список використаних джерел:

1. Бачило И.Л. Информационное право : учебник / И. Л. Бачило, В. Н. Лопатин, М. А. Федотов. – СПб : Юридический центр Пресс, 2001. – 789 с.
2. Богущ В. М. Інформаційна безпека держави / В. М. Богущ, О. К. Юдін. – К. : «МК-Прес», 2005. – 432с., іл.
3. Демкова М. Інформація як основа інформаційного суспільства: визначення поняття та правове регулювання / М. Демкова, М. Фігель // Інформаційне Суспільство. Шлях України. – К. : Фонд «Інформаційне суспільство України», 2004. – 422 с.
4. Політологія : навчальний енциклопедичний словник-довідник для студентів ВНЗ І–ІV рівні акредитації / за наук. ред. д-ра політ. н. Н. М. Хоми [В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]. – Львів : Новий Світ-2000, 2014. – 779 с.
5. Про інформацію : закон України від 02.10.1992 р. // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 1992. – № 48. – ст. 650.
6. Черевко О. В. Теоретичні засади поняття інформаційна безпека та класифікація загроз системі інформаційного захисту [Електронний ресурс] / О. В. Черевко // Ефективна економіка : електронне фахове видання. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3304> (26.03.2017). – Назва з екрану.
7. Ярочкин В. И. Секьюритология – наука о безопасности жизнедеятельности / В. И. Ярочкин. – М. : Ось-89, 2000. – 240 с.

Тема 2. Місце інформаційної безпеки в системі національної безпеки країни

План

1. Визначення національної безпеки. Загрози національній безпеці в інформаційній сфері.
2. Основні напрями державної інформаційної політики.
3. Безпека об'єктів інформаційної сфери.

1. Визначення національної безпеки. Вперше поняття «національна безпека» використане у 1904 р. американським президентом Т. Рузвельтом у його зверненні до Конгресу США.

У науковій літературі вирізняють, принаймні, два підходи до розкриття змісту поняття національної безпеки: 1) захищеність життєво важливих інтересів людини, суспільства і держави від зовнішніх і внутрішніх загроз, як сукупність чинників, які забезпечують сприятливі умови для розвитку країни; 2) стан підвищеної захищеності держави від ворожих актів чи інших видів загроз.

Головні об'єкти національної безпеки:

- громадяни (їх права і свободи);
- суспільство (його духовні та матеріальні цінності);
- держава (її конституційний устрій, суверенітет і територіальні цілісність).

Можливі загрози національній безпеці держави проявляються у найбільш важливих сферах її життєдіяльності. Зокрема, до загроз національній безпеці в інформаційній сфері відносять:

- невваженість державної політики та відсутність необхідної інфраструктури в інформаційній сфері;
- повільність входження у світовий інформаційний простір, брак об'єктивного уявлення про державу у міжнародного співтовариства;
- інформаційна експансія з боку інших держав;
- витік інформації, яка становить державну та іншу, передбачену законом, таємницю, а також конфіденційної інформації, що є власністю держави;
- запровадження цензури.

2. Основні напрями національної інформаційної політики. Інформація сьогодні є важливим стратегічним ресурсом суспільства і посідає ключові позиції в

усіх сферах життя. Одним із першочергових завдань на рівні держави в рамках національної безпеки є забезпечення безпеки інформації.

Державна інформаційна політика – це сукупність основних напрямів і способів діяльності держави з отримання, використання, поширення та зберігання інформації. Вона є важливою складовою зовнішньої і внутрішньої політики країни й охоплює всі сфери життєдіяльності суспільства.

До основних напрямів державної інформаційної політики відносять:

- забезпечення доступу громадян до інформації;
- створення національних систем і мереж інформації;
- зміцнення матеріально-технічних, фінансових, організаційних, правових і наукових основ інформаційної діяльності;
- забезпечення ефективного використання інформації;
- сприяння постійному оновленню, збагаченню та зберігання національних інформаційних ресурсів;
- створення загальної системи охорони інформації;
- сприяння міжнародному співробітництву в галузі інформації і гарантування інформаційного суверенітету.

Основні завдання державної інформаційної політики з огляду на законодавчо-нормативні акти:

- створення розвиненого інформаційного середовища;
- модернізація інформаційної інфраструктури;
- розвиток інформаційних і телекомунікаційних технологій;
- ефективне формування і використання національних інформаційних ресурсів та забезпечення вільного доступу до них;
- розвиток незалежних ЗМІ і забезпечення громадян суспільно вагомою інформацією;
- сприяння міжнародному співтовариству в інформаційній сфері та утвердження інформаційного суверенітету країни;
- запобігання загрозі заподіяння в процесі інформаційної діяльності шкоди життєво важливим інтересам особи, суспільства, держави.

3. Інформаційна безпека держави. Інформаційна безпека держави відіграє важливу роль у забезпеченні інтересів будь-якої держави та позначає стійкість основних сфер її життєдіяльності відносно небезпечних інформаційних впливів, причому як до впровадження, так і до викрадення інформації. Визначається здатністю нейтралізувати такі впливи.

Основні напрямки роботи в сфері інформаційної безпеки держави:

- формування законодавчої і нормативно-правової бази забезпечення інформаційної безпеки, включаючи визначення правового статусу суб'єктів системи інформаційної безпеки;
- захист та обмеження обігу інформації;
- розробка механізмів реалізації прав громадян на інформацію;
- дослідження форм і способів цивілізованого впливу держави на формування суспільної свідомості;
- захист інформаційної інфраструктури держави;
- захист моральних цінностей;
- безпека розвитку інформаційної сфери держави;
- захист національного інформаційного ринку;
- попередження несанкціонованого доступу до інформації, інформаційного тероризму та інформаційної війни.

Завдання забезпечення інформаційної безпеки держави:

- виявлення, оцінка та прогнозування поведінки джерел загроз інформаційній безпеці, що здійснюється шляхом оперативного моніторингу інформаційної обстановки;
- мінімізація шкоди через неповноту, несвоєчасність або недостовірність інформації чи негативного інформаційного впливу через наслідки функціонування інформаційних технологій, а також несанкціоноване поширення інформації;
- вироблення, координацію та введення єдиної державної політики у галузі інформаційної безпеки;
- створення та експлуатація систем забезпечення інформаційної безпеки;

- розробка, координація та запровадження єдиної державної політики у галузі міжнародних інформаційних відносин, зокрема у напрямку формування іміджу держави.

Список використаних джерел:

1. Богуш В. М. Інформаційна безпека держави / В. М. Богуш, О. К. Юдін. – К. : «МК-Прес», 2005. – 432с., іл.
2. Жарков Я. М. Інформаційна безпека особистості, суспільства, держави : підручник / Я. М. Жарков, М. Т. Дзюба, І. В. Замаруєва [та ін.]. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 274 с.
3. Інформаційна безпека суспільства і держави. Стратегічні цілі і задачі інформаційної боротьби. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ngo.dn.ua/doc/concept.doc>. – Назва з екрану.
4. Політологія : навчальний енциклопедичний словник-довідник для студентів ВНЗ I–IV рівні акредитації / за наук. ред. д-ра політ. н. Н. М. Хоми [В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]. – Львів : Новий Світ-2000, 2014. – 779 с.
5. Степко О. М. Аналіз головних складових інформаційної безпеки держави [Електронний ресурс] / Олександр Михайлович Степко // Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: економіка, право, політологія, туризм. – 2011. – Т. 1, № 3. – Режим доступу: <http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/view/3214/3172>. – Назва з екрану.
6. Ярочкин В. И. Информационная безопасность : учебник для студентов вузов / В. И. Ярочкин. – М. : Академический Проект ; Фонд «Мир», 2003. – 640 с.

Тема 3. Загрози інформаційній безпеці

План

1. Поняття загрози інформаційній безпеці. Класифікації та джерела загроз інформаційній безпеці.
2. Інформаційні війни та інформаційний тероризм.
3. Інформаційна злочинність.

1. Поняття загрози інформаційній безпеці. Типи і джерела загроз інформаційній безпеці. *Загроза інформаційній безпеці* – умова і фактор, що створює небезпеку життєво важливим інтересам особистості, суспільства, держави в інформаційній сфері; явище, дії негативних чинників або процес, через які: соціальні об'єкти інформаційної безпеки частково або повністю втрачають можливість реалізувати свої інтереси в інформаційній сфері; сукупність чинників, що перешкоджають розвитку і використанню інформаційного середовища в інтересах особистості, суспільства й держави; порушення нормального функціонування, руйнація або гальмування розвитку технічних об'єктів інформаційної безпеки.

У науковій літературі до загроз інформаційній безпеці відносять:

- розкриття інформаційних ресурсів;
- порушення цілісності інформаційних ресурсів;
- збій у роботі обладнання (А. Логінов).

У залежності від властивостей інформації існують наступні загрози:

- загрози порушення конфіденційності інформації, в результаті реалізації яких інформація стає доступною суб'єкту, що не володіє повноваженнями для ознайомлення з нею;
- загрози порушення цілісності інформації, до яких відноситься будь-яке зловмисне спотворення інформації, оброблюваної з використанням автоматизованих систем;
- загрози порушення доступності інформації, що виникають у тих випадках, коли доступ до деякого ресурсу автоматизованих систем для легальних користувачів блокується (Б. Кузьменко, О. Чайковська).

Крім того, загрози інформаційній безпеці виступають як:

- загрози впливу неякісної інформації (недостовірної, фальшивої, дезінформації) на особистість, суспільство, державу;
- загрози несанкціонованого й неправомірного впливу сторонніх осіб на інформацію і інформаційні ресурси (їх виробництво, системи формування й використання);

- загрози інформаційним правам і свободам особистості (праву на виробництво інформації, її поширення, пошук, одержання, передавання та використання; праву на інтелектуальну власність на інформацію, в тому числі й речову) (С. Гуцу, О. Литвиненко).

За способом впливу на об'єкти інформаційної безпеки виокремлюють інформаційні, фізичні й програмно-математичні, організаційно-правові загрози; за джерелами надходження – внутрішні та зовнішні загрози; за характером вияву – політичні, економічні, організаційно-технічні загрози (Л. Євдоченко).

Загрози інформаційній безпеці в мережі Інтернет:

- умисне перехоплення, читання і викривлення інформації;
- приховування (з шахрайською метою) своєї особистості;
- несанкціонований доступ з однієї мережі до іншої (М. Макарова).

Крім того, у цьому контексті виділяють випадкові та навмисні загрози в мережі. До перших відносять: помилки обслуговуючого персоналу і користувачів; втрату інформації внаслідок не правильного її збереження; випадкове знищення або заміна; збій у роботі устаткування, електроживлення, дискових систем, комплектуючих елементів мережі; некоректну роботу програмного забезпечення, зокрема внаслідок зараження комп'ютерними вірусами тощо. До навмисних загроз належать: несанкціонований доступ до інформації і мережевих ресурсів; розкриття і модифікація даних і програм, їх копіювання; розкриття, модифікація або підміна трафіка обчислювальної мережі; розробка і поширення комп'ютерних вірусів, введення в програмне забезпечення логічних бомб; крадіжка магнітних носіїв і розрахункових документів; руйнування архівної інформації або навмисне її знищення; фальсифікація повідомлень, відмова від факту одержання інформації або зміна часу його прийому; перехоплення та ознайомлення з інформацією, яка передана по каналах зв'язку (А. Погребняк).

Джерела загроз інформаційній безпеці:

- *особистості* (маніпулювання свідомістю людини; використання технологій впливу на психічну діяльність людини, формування її соціальної поведінки;

використання персональних даних із метою завдання шкоди інтересам людини; прихований збір персональної інформації);

- *суспільства* (ускладнення інформаційних систем і мереж зв'язку; концентрація ЗМІ в руках невеликої групи власників; зростання вітчизняної та міжнародної комп'ютерної злочинності);
- *держави* (протиправний доступ до інформації, що є державною таємницею, з метою нанесення шкоди державі; неконтрольоване розповсюдження інформаційної зброї; ведення інформаційних воєн).

2. Інформаційні війни та інформаційний тероризм. Розвиток інформаційних технологій породжує одну з найактуальніших загроз сьогодення – інформаційні війни. Масштаби руйнувань, яких вони завдають у суспільній психології, психології особи, часом перевищують наслідки збройних конфліктів.

Уперше термін «інформаційна війна» використано в 1985 р., офіційне тлумачення дане у 1997 р., відповідно до якого *інформаційна війна* – це дії, вжиті для досягнення інформаційної переваги в інтересах національної стратегії і які реалізуються шляхом впливу на інформацію і інформаційні системи противника при одночасному захисті власної інформації та власних інформаційних систем.

Інформаційна війна – це, по-перше, дії з метою досягнення інформаційної переваги шляхом застосування заходів для експлуатації, підризу знищення, дестабілізації і руйнування інформаційного потенціалу противника і його функцій; по-друге, заходи з метою захисту власних інформаційних ресурсів і телекомунікаційних систем; по-третє, дії з метою використання інформаційних ресурсів і телекомунікаційних систем іншої сторони для досягнення цілей та інтересів, наприклад, інформаційна війна в оборонному та військовому контексті.

*Поле бою у конфліктах
XXI століття –
віртуальний
кіберпростір, де
розгортаються дії
інформаційних війн*

У серпні 1995 р. Національний інститут оборони США опублікував роботу Мартіна Лібікі «Що таке інформаційна війна?» (Martin C. Libicki. What is Information Warfare?), в якій автор виокремив сім різновидів інформаційних війн:

- командно-управлінська (command-and-control warfare);

- розвідувальна (intelligence-based warfare);
- психологічна (psychological warfare);
- хакерська (hackerwar software-based attacks on information systems);
- економічна (information economic warfare);
- електронна (electronic warfare);
- кібервійна (cyberwar).

У веденні стратегічних інформаційних війн застосовується *інформаційна зброя*, що являє собою;

- сукупність спеціалізованих (фізичних, інформаційних, програмних, радіоелектронних) методів і засобів тимчасового або безповоротного виводу з ладу функцій або служб інформаційної інфраструктури в цілому або окремих її елементів;
- засоби подолання систем захисту, засоби дезорганізації роботи технічних засобів та комп'ютерних систем;
- засоби знищення, викривлення або викрадення інформаційних масивів, добування з них потрібної інформації після подолання системи захисту, обмеження або заборони доступу до них незаконних користувачів, дезорганізація роботи технічних засобів, виведення з ладу телекомунікаційних мереж, комп'ютерних систем.

Види інформаційної зброї:

- психотронна зброя (засоби зомбування, засоби створення голографічних зображень в атмосфері, голосові синтезатори, вербальне та невербальне нейролінгвістичне програмування);
- психотропні препарати;
- засоби програмно-математичного впливу на функції комп'ютерів (комп'ютерний вірус, «логічна бомба», «троянський кінь» тощо);
- інформаційні матеріали.

Об'єкти інформаційної зброї:

- 1) засоби і лінії зв'язку;
- 2) інформацій в чистому вигляді та її потоки;

3) масова або індивідуальна свідомість.

Інформаційний тероризм – використання телекомунікаційних та інформаційних систем та ресурсів і вплив на такі системи і ресурси в міжнародному інформаційному просторі в терористичних цілях (із Доповіді Генерального секретаря ООН).

Інформаційний тероризм – це форма негативного впливу на особистість, суспільство і державу усіма видами інформації. Суть інформаційного тероризму полягає в умисному застосуванні окремими особами, терористичними угрупованнями засобів інформаційного насилля з метою руйнування єдиного інформаційного поля, нанесення великих економічних втрат країна, створення атмосфери істерії соціуму, нав'язування певної лінії поведінки у процесі прийняття рішень.

Інформаційний тероризм – це кібер-злочини; не коректні маніпуляції з інформацією або її підтасування, а в деяких випадках і подача свідомо помилкових фактів, внаслідок чого відбувається залякування населення, впровадження параноїдальних думок.

Суб'єкти інформаційного тероризму:

- іноземні спецслужби та інституції;
- вітчизняні та міжнародні засоби масової інформації;
- певні екстремістські організації;
- організації сектантів тощо.

Різновиди інформаційного тероризму:

1) інформаційно-психологічний тероризм (контроль над ЗМІ з метою поширення дезінформації, чуток, демонстрації могутності терористичних організацій):

→ медіа-тероризм або «медіа-кілерство», зловживання інформаційними системами, мережами, та їхніми компонентами для здійснення терористичних дій та акцій;

2) інформаційно-технічний тероризм (завдання збитків окремим елементам і всьому інформаційному середовищу супротивника в цілому: руйнування елементної

бази, активне придушення ліній зв'язку, штучне перезавантаження вузлів комунікації тощо):

→ кібер-тероризм – сукупність дій, що включають інформаційну атаку на комп'ютерну інформацію, обчислювальні системи, апаратуру передачі даних, інші складові інформаційної інфраструктури, яка здійснюється злочинними угрупованнями або окремими особами.

3. Інформаційна злочинність (кіберзлочинність). Світова статистика вказує на те, що кіберзлочин скоюється у середньому кожні дванадцять секунд. Сьогодні інформаційна злочинність перетворилась на кримінологічну проблему.

Інформаційні злочини або злочини у сфері інформаційної безпеки – це будь-які посягання, що призводять до виникнення підстав для кримінальної відповідальності, на елементи інформаційної сфери або інші посягання за допомогою інформації (Н. І. Шумілов).

Види інформаційних злочинів:

- традиційні злочини, що вчиняються за допомогою комп'ютерних технологій та Інтернету (шахрайство з використанням комп'ютера, незаконне збирання відомостей, що становлять комерційну таємницю, шляхом несанкціонованого доступу до комп'ютерної інформації і т.д.);
- нові злочини, що стали можливі завдяки новітнім комп'ютерним технологіям.

Інформаційна злочинність – це дії, результатом яких є завдання значного економічного збитку, порушення нормальної роботи інформаційних і комунікаційних систем, а також поширення інформація, що носить протиправний характер. Інформаційний злочин спрямований на поширення забороненої міжнародним правом і національним законодавством інформації, використання інформаційно-комунікаційних систем у протиправних цілях.

Список використаних джерел:

1. Богущ В. М. Інформаційна безпека держави / В. М. Богущ, О. К. Юдін. – К. : «МК-Прес», 2005. – 432с., іл.
2. Бойченко О. В. Медіа-тероризм: особливості сучасних ознак інформаційній безпеці / О. В. Бойченко // Інтегровані інтелектуальні роботи технічні комплекси

- (ПРТК-2009) : матеріали Другої міжнародна наук.-практ. конф. (25–28 травня 2009 р.). – К. : НАУ, 2009. – С. 230–232.
3. Гуцу С. Ф. Правові основи інформаційної діяльності [Електронний ресурс] / С. Ф. Гуцу. – Режим доступу : <http://studrada.com.ua>. – Назва з екрану.
 4. Євдоченко Л. О. Удосконалення системи державного забезпечення інформаційної безпеки України в умовах глобалізації : автореф. дис. канд. наук з держ. упр. : 25.00.01 / Леонід Олександрович Євдоченко ; Львівський регіональний інститут державного управління – Л., 2011. – 24 с.
 5. Климчук О. В. Поняття злочинності в мережі Інтернет і її місце в комп'ютерній злочинності / О. В. Климчук. – Режим доступу: <http://radnuk.info/statti/558-kruminolog/14734-2011-01-19-00-06-16.html>. – Назва з екрану.
 6. Кормич Б. А. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи : навчальний посібник / Б. А. Кормич. – К. Кондор, 2004. – 384 с.
 7. Кузьменко Б. В. Захист інформації : навчальний посібник. Ч. 2 / Б. В. Кузьменко, О. А. Чайковська. – К. : Видавничий відділ КНУКіМ, 2009. – 69 с.
 8. Литвиненко О. Проблема інформаційної безпеки в контексті міграційних процесів [Електронний ресурс] / О. Литвиненко. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Ukralm/2012_7/lytvynenko.pdf. – Назва з екрану.
 9. Логінов А. В. Адміністративно-правове забезпечення інформаційної безпеки органів виконавчої влади [Електронний ресурс] : автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.07 / Олександр Володимирович Логінов ; Національна академія внутрішніх справ України. – Київ, 2005. – Режим доступу: http://dysertaciya.org.ua/disertaciya_1_72.html. – Назва з екрану.
 10. Макарова М. В. Електронна комерція : [посібник для студентів вищ. навч. закладів] / Макарова М. В. – К. : Академія, 2002. – 272 с.
 11. Погребняк А. В. Технології комп'ютерної безпеки : [монографія] / А. В. Погребняк. – Рівне : МЕРУ, 2011. – 117 с.
 12. Політологія : навчальний енциклопедичний словник-довідник для студентів ВНЗ I–IV рівні акредитації / за наук. ред. д-ра політ. н. Н. М. Хоми [В. М. Денисенко,

О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]. – Львів : Новий Світ-2000, 2014. – 779 с.

13. Libicki Martin C. What is Information Warfare? / Martin C. Libicki. – URL: file:///C:/Documents%20and%20Settings/julia/Мои%20документы/Downloads/ADA 367662.pdf. – Screen title.
14. Libicki Martin C. What is Information Warfare? : Discussion / Martin C. Libicki. – URL: http://www.dodccrp.org/files/Libicki_What_Is.pdf. – Screen title.

Тема 4. Загрози інформації та канали витоку

План

1. Інформація як об'єкт захисту. Загрози безпеці інформації.
2. Канали витоку і спотворення інформації.
3. Шляхи захисту інформації та каналів витоку.

1. Інформація як об'єкт захисту. Загрози безпеці інформації. Одна із проблем у сфері інформаційної безпеки є захист інформації, включаючи засоби інформації, інтереси учасників інформаційних відносин, та запобігання несанкціонованому доступу до інформації та інформаційних ресурсів.

Джерела інформації:

- люди;
- різного роду документація;
- публікації;
- технічні носії інформації;
- технічні засоби обробки інформації;
- продукція тощо.

Інформація, що потребує першочергового захисту:

- секретна (інформація, що є державною таємницею);
- конфіденційна (приватна інформація, відомості, що являють собою комерційну таємницю тощо).

Особливої уваги потребують такі складові інформації як конфіденційність, доступність, цілісність. Тому загроза інформації – це небажана дія, направлена на порушення наведених властивостей.

Загрози безпеці інформації при забезпеченні конфіденційності:

- крадіжка (копіювання) інформації та засобів її обробки;
- втрата (ненавмисна втрата, витік) інформації та засобів її обробки.

Загрози безпеці інформації при забезпеченні доступності:

- блокування інформації;
- знищення інформації та засобів її обробки.

Загрози безпеці інформації при забезпеченні цілісності:

- модифікація (спотворення) інформації;
- заперечення автентичності інформації;
- нав'язування фальшивої інформації.

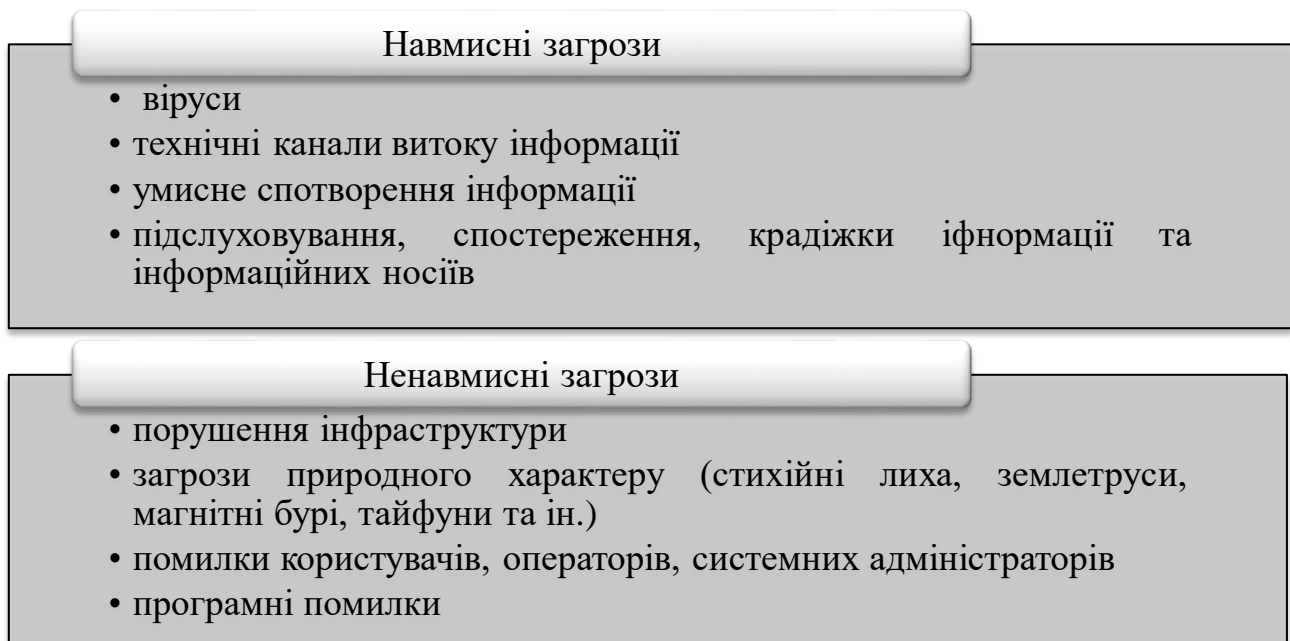


Рис. 1. Загрози безпеці інформації

2. Канали витоку і спотворення інформації. *Витік* – випадкові втрати або навмисне розкрадання інформації, що представляють собою персональні дані громадян, важливу інформацію для бізнесу або держави. *Канал витоку інформації* – це спосіб, який дозволяє порушнику отримати доступ до інформації.

Канали витоку інформації, що зберігається на електронних носіях:

- викрадення носії інформації;

- зчитування інформації з екрану сторонньою особою;
- несанкціонований доступ спеціальних програм до інформації;
- дешифрування інформації спеціальними програмами;
- копіювання.

Інші канали отримання інформації:

- читання інформації з паперових носіїв;
- збір відомостей із періодичних видань, офіційних документів, звітів;
- замасковані опитування співробітників;
- підслуховування, хабарництво, шантаж;
- перехоплення повідомлень;
- візуальне спостереження;
- розголошення інформації;
- використання підслуховуючи пристроїв тощо.

3. Шляхи захисту інформації та каналів витоку. Захист інформації – це сукупність організаційних, технічних та правових заходів спрямованих на запобігання нанесення збитків інтересам власника інформації.

Для створення ефективної системи безпеки в першу чергу необхідно проводити моніторинг каналів витоку інформації. Неодмінною умовою захисту інформації є розробка законодавчої бази. Використання різноманітних технічних засобів забезпечує інженерно-технічний захист інформації.

Напрямки захисту інформації:

- захист інформації, яку науковці використовують у процесі досліджень, а також захист результатів досліджень у вигляді інтелектуальної власності;
- захист інформації від руйнування і втрати у зв'язку з технологічними неполадками в комп'ютерних системах;
- захист інформації, яка стосується життєдіяльності особистості, груп людей або суспільства загалом і є конфіденційною, тобто такою, що може принести їм шкоду, коли стане легкодоступною для загалу;
- захист інформації, що висвітлює відкриття або є комерційною, технічною чи технологічною таємницею;

- захист інформації, яка є державною таємницею.

Таким чином, захист інформації та каналів витоку забезпечується у трьох основних напрямках: правовому, організаційному та інженерно-технічному.

Список використаних джерел:

1. Богущ В. М. Інформаційна безпека держави / В. М. Богущ, О. К. Юдін. – К. : «МК-Прес», 2005. – 432с., іл.
2. Забезпечення захисту інформації. – Режим доступу: <http://politics.ellib.org.ua/pages-11399.html>. – Назва з екрану.
3. Основы информационной безопасности : учебное пособие для вузов / Е. Б. Белов, В. П. Лось, Р. В. Мещеряков, А. А. Шелупанов. – М. : Горячая линия – Телеком, 2006. – 544 с.

Тема5. Політична комунікація: поняття, сутність, функції

План

1. Підходи до визначення дефініції «політична комунікація».
2. Структура політичної комунікації.
3. Рівні політичної комунікації.
4. Функції політичної комунікації.

1. Походження дефініції «політична комунікація». Враховуючи світовий та вітчизняний досвід у галузі комунікативних досліджень, політична комунікація є однією зі складових комунікології, відносно молодого науки, що вивчає особливості обміну інформацією, механізми взаємодії та методи моделювання комунікації у різних сферах життя.

Початок вивчення феномену політичної комунікації пов'язують з аналізом діяльності військово-пропагандистських служб провідних країн світу в період Першої світової війни. Фундаментальні праці почали поширюватися з середини 40-х років ХХ ст. Науковий дискурс щодо визначення поняття «політична комунікація» особливо актуалізувався наприкінці ХХ ст. і триває дотепер, саме ж поняття неодноразово видозмінювалося.

Для розкриття сутності політичної комунікації звернемо увагу на його родове поняття «комунікація».

Комунікація – це 1) процес перекодування вербальної у невербальну та невербальної у вербальну сфери (Г. Г. Поцепцов); 2) спілкування та передача інформації, засіб формування світогляду і громадської думки широких мас, пропаганда, реклама та агітація (В. М. Бебик); 3) опосередкований через ЗМІ специфічний обмін інформацією, процес передачі емоційного та інтелектуального змісту («Основы теории информации» (М., 2006)); 4) змістовний аспект соціальної взаємодії, акт або процес взаємодії між двома чи більше соціальними об'єктами шляхом безпосереднього спілкування й обміну інформацією з використанням відповідних заходів (О. А. Мельник).

Польський медіазнавець Т. Гобан-Клас у підручнику «Засоби масової комунікації і масова комунікація» (1978) наводить наступні визначення комунікації: 1) трансмісія, передача інформації, ідей, емоцій, умінь; 2) порозуміння); 3) вплив за допомогою знаків і символів на людей; об'єднання (творення спільноти) за допомогою мови чи знаків; 5) обмін завданнями між людьми, які мають спільне в сприйманні, прагненнях і позиціях; 6) взаємодія за допомогою символів; 7) складова суспільного процесу, що виражає групові норми, здійснює громадський контроль, розподіляє ролі, досягає координації зусиль тощо.

Про багатоаспектність явища комунікації свідчать спроби підрахувати кількість визначень цього поняття. Так, у 70-х роках минулого століття Ф. Денс зафіксував 95 дефініцій і згрупував їх у 15 категорій. Польська дослідниця Н. Валінська у 1975 році нарахувала понад 200 дефініцій в американській літературі, і виділила в них 18 семантичних (значенневих) категорій.

Наведемо декілька визначень поняття «політична комунікація».

Політична комунікація – це процес, методи та стан передачі й обміну інформацією між різними частинами політичної системи, політичними силами та структурами, взаємодія між ними, державою, соціумом (включаючи його різні соціальні групи) та індивідами (Д. В. Кіслов); процес передачі, обміну політичною інформацією, який структурує політичну діяльність і надає їй нового значення,

форму, громадську думку і політичну соціалізацію громадян («Політичний енциклопедичний словник» (К., 2004)); процес циркуляції політичної інформації, який структурує функціонування суб'єктів та об'єктів політичної системи та інститутів громадянського суспільства, формує політичну культуру та соціальні настрої громадян («Політична енциклопедія» (К., 2011)); це соціальна взаємодія через повідомлення, яка стосується управління і здійснення влади в суспільстві (К. Крос, Р. Гакет); це процес передачі політичної інформації, яка циркулює від однієї частини політичної системи до іншої, між політичною і суспільною системами, а також між соціальними групами та індивідами (В. М. Бебик); сукупність процесів інформаційного обміну, передачі політичної інформації, що структурують політичну діяльність та надають їй нового значення (М. С. Вершинін); це процес передачі політичної інформації, її переміщення як усередині політичної системи між її елементами і підсистемами, так і між політичною системою і суспільством (М. Грачов); мова політики (Л. П. Нагорна); певний вид взаємодії суб'єктів, в якій відбувається цілеспрямована передача повідомлення, що формується з політичних символів, притаманних певному середовищу та зворотна реакція, відповідно до якої може формуватися нове повідомлення, яке виникає з метою заволодіння, утримання владних повноважень як всередині політичної системи. Так і безпосередньо в суспільстві (Д. А. Товмаш).

Найбільш повне визначення політичної комунікації дав французький соціолог Р.-Ж. Шварценберг, відповідно до якого політична комунікація – це процес передачі політичної інформації, в рамках якого відбувається циркуляція інформації між різними елементами політичної системи, а також між безпосередньо політичною та соціальною системами.

Цей же вчений виділив три основні способи (канали) політичної комунікації, що ґрунтуються на використанні різноманітних засобів: 1) комунікація через засоби масової інформації: друковані засоби (преса, книги, плакати), електронні (радіо, телебачення). Така комунікація реалізується через проведення прес-конференцій, брифінгів, розсилання прес-релізів, розміщення політичної реклами; 2) комунікація через організації, коли ланкою передачі слугують політичні партії, групи інтересів,

суспільні організації і рухи; 3) комунікація через неформальні канали з використанням особистих зв'язків.

2. Структура політичної комунікації. Структура політичної комунікації включає наступні компоненти: відправник або комунікатор (особа чи група осіб, що ініціюють передачу інформації), повідомлення (сукупність вербальних і невербальних символів, що становлять інформацію), канал комунікації; отримувач або реципієнт (особа чи група осіб, для яких призначене інформаційне повідомлення). Відправник та отримувач є суб'єктами політичної комунікації.

Суб'єкти політичної комунікації:

- інституціональні (глава держави, парламент, уряд, політичні партії, органи місцевого самоврядування, регіональні, міждержавні і міжнародні організації тощо);
- соціальні (індивіди та різні соціальні спільноти);
- функціональні (засоби масової інформації).

Отримала також поширення ускладнена структура політичної комунікації Дж. Томсона, котрий виділяє три рівні інформаційно-комунікативних процесів:

- 1) семантичний (використання знаково-мовних форм, за допомогою яких може відбутися чи не відбутися процес комунікації при взаємному обміні інформацією);
- 2) технічний (використання технічних засобів);
- 3) інфлуентальний (ступінь впливу інформації на свідомість людини).

На семантичному рівні враховується фактор сприйняття інформації реципієнтами. Щоб уникнути т. зв. комунікаційного вакууму у відносинах влади і населення, політичні тексти, промови та звернення повинні містити зрозумілі останньому мовні форми. Своєчасна передача інформації залежить від технічних складових. Тому завдання політичного суб'єкта полягає в пошуку ефективних інформаційних каналів і засобів зберігання та передавання політичної інформації. Технічний рівень також враховує засоби отримання інформації адресатами. Третій, інфлуентальний, рівень розкриває ступінь впливу інформації на людську свідомість. Важливими чинниками на цьому рівні є адресність передавання інформації

(врахування особливостей аудиторії; орієнтація на панівні в суспільстві цінності традиції та звичаї; забезпечення єдності змістовного і часового параметрів інформаційного повідомлення).

3. Рівні політичної комунікації. Розрізняють рівні політичної комунікації: горизонтальний та вертикальний.

Горизонтальна політична комунікація – взаємодія між приблизно рівними інституційними компонентами чи соціальними акторами (наприклад, між групами еліт).

Вертикальна політична комунікація передбачає відносини між різними ієрархічними рівнями макрополітичної структури (наприклад, між елітою та масами, між урядом, парламентом чи партіями, з одного боку, і пересічними громадянами, виборцями з іншого). При цьому зворотній зв'язок, який є необхідним при вертикальній комунікації – це форми голосування на виборах, референдумах; опитування громадської думки тощо.

4. Функції політичної комунікації. Залежно від соціально-політичних умов масові політичні комунікації можуть виконувати різні функції (класифікація Д. Макквейла):

- інформаційну (інформування про події та процеси в країні та світі, формування уявлень про політичне сьогодення);
- кореляційну (пояснення та інтерпретація повідомлень, забезпечення підтримки владі та нормам, соціалізація, координація зусиль суб'єктів, фіксація соціальних статусів і пріоритетів);
- континуїтивну (трансляція домінуючої культури, підтримання спільності соціальних цінностей);
- розважальну (забезпечення засобів відпочинку, пом'якшення соціальної напруженості);
- мобілізаційну (проведення кампаній на підтримку тих чи інших дій у сфері політики, економіки, соціальній сфері, іноді – релігії).

До вказаного переліку варто також додати такі функції політичної комунікації як:

- соціалізаційна (відтворення норм і цінностей, прийнятих у даному суспільстві, формування важливих і необхідних норм політичної діяльності і політичної поведінки);
- прагматична (регламентування поведінки і діяльності учасників комунікації, координування їхніх спільних дій);
- легітимації (сприяння визнанню і зміцненню державної влади чи соціального інституту, статусу, повноважень, спираючись на прийняті в даному суспільстві цінності);
- пропаганди (вираження інтересів суб'єктів влади сприяє цілеспрямованому формуванню громадської думки з найбільш важливих політичних проблем);
- політичної освіти (розвиток адекватної орієнтації щодо політичної системи, а також відносно реальних політичних процесів);
- регулятивна (вироблення оптимального механізму взаємодії як між елементами політичної системи, так і між політичною системою і громадянським суспільством);
- маніпулятивна (формування суспільної думки з найбільш важливих політичних проблем);
- мотиваційна (за рахунок отримання реципієнтом інформація спонукає його до вчинення певних дій, наприклад виборча комунікація мотивує громадян до участі у виборах).

Таким чином, комунікація є не просто зв'язком чи каналом передавання інформації, вона виявляється тією ланкою, без якої неможливі ані перебіг, а ні розуміння будь-яких суспільно-політичних процесів. Політична комунікація є необхідною субстанцією, яка пов'язує різні частини суспільства і дозволяє їм функціонувати як єдине ціле. Як реальність вона постійно вдосконалюється, набувають нових ознак, рис і можливостей, виконує ряд функцій, тісно пов'язаних між собою.

Список використаних джерел:

1. Бебик В. М. Політологія: теорія, методологія, практика : підручник / В. М. Бебик.

- К. : Вид-во МАУП, 1997. – 248 с.
2. Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. – 253 с.
 3. Грачев М. Н. Политические коммуникации и коммуникационное измерение политики / М. Н. Грачев // «Новая» Россия: политическое знание и политологическое образование : материалы межвузовской научной конференции (1–2 декабря 2000 г., Москва). – М., 2000. – С. 36–41.
 4. Кіслов Д. В. Кадрова комунікація і безпека комунікацій // Державне управління та державна служба зайнятості. – К., 2008. – С. 320–334.
 5. Крос Кетлін, Гакет Роберт. Політична комунікація і висвітлення новин у демократичних суспільствах = Political Communication and the News Media in Democracies : Competing Perspectives / Кетлін Крос, Роберт Гакет ; пер. з англ. Р. Ткачук. – К. : Основи, 2000. – 142 с.
 6. Нагорна Л. П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики. – К. : Світогляд, 2005. – 315 с.
 7. Остапенко М. Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження / Марина Остапенко // Політичний менеджмент. – 2012. – № 3. – С. 135–144.
 8. Політичний енциклопедичний словник / за ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна. – К. : Генеза, 2004. – 736 с.
 9. Проблематика політичної комунікації // Політична наука в Україні. 1991–2016 : у 2 т. Т. 2. Теоретико-методологічні засади і концептуальні підсумки вітчизняних досліджень / НАН України, Ін-т політ. та етнонац. Досліджень ім. І. Я. Франка ; редкол.: чл.-кор. НАН України О. Рафальський (голова), д-р політ. наук М. Кармазіна, д-р іст. наук О. Майборода ; відп. ред. і упорядник О. Майборода. – К. : Парлам. вид-во, 2016. – 704 с. – С. 493–540.
 10. Соловьев А. И. Политическая коммуникация как особый тип информационно-коммуникативных обменов / А. И. Соловьев // ПОЛИС. – 2002. – № 3. – С. 5–17.
 11. Товмаш Д. А. Політична комунікація: сутність та специфіка / Д. А. Товмаш // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Філософія. Політологія. – 2006. – Вип. 76–79. – С. 95–98.

12. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология : в 3 ч. / пер. с фр. ; Роже-Жерар Шварценберг. – М. : [Б. и.], 1992. – Ч. 1. – 180 с.

Тема 6. Класичні теорії політичної комунікації. Моделі політичної комунікації

План

1. Етапи формування теорії політичної комунікації.
2. Мікрорівневі теорії політичної комунікації.
3. Модель політичної комунікації Г. Лассуела.
4. Модель політичної комунікації Шеннона-Вівера.
5. Інтерактивна модель політичної комунікації.
6. Моделі політичної комунікації в системі в системі «керуючий – керований».
7. «Спіраль мовчання» Е. Ноель-Нойман.

1. Етапи формування теорії політичної комунікації. У формуванні теорії політичної комунікації можна виділити такі етапи:

I-й етап: 1920–1930 роки – дослідження пропаганди, а також нових засобів впливу на суспільство – преса і кіно, що сформували поняття «комунікація»; це етап, коли «пропаганда» і «комунікація» сприймалися як синоніми; розробка механізму комунікації Гарольда Лассуела (1902–1978); дослідження впливу засобів масової інформації на свідомість індивідів, що проводив Вальтер Ліпман (1889–1974); модель «брамника» (Gatekeeping model) німецько-американського психолога Курта Левіна (1890–1947);

II-й етап: 1940–1950-і роки – дослідження Пола Лазарсфельда (1901–1976), Леона Фестінгера (1919–1989), поява понять «двоступенева» комунікація, «лідер громадської думки»;

III-й етап: 1960-і роки – відкриття зворотного зв'язку комунікативного процесу – дослідження Норберта Вінера (1894–1964), Карла Дойча (1912–1922);

IV-й етап: 1970-і й донині – уточнення, доповнення попередніх ідей, зокрема вивчення еволюції історичних типів комунікації, зміст політико-комунікативних

текстів, поведінка суб'єктів і об'єктів процесу, ефективність комунікативної дії та інші аспекти.

2. Мікрорівневі теорії політичної комунікації. У теорії комунікації на сьогодні існують т. зв. мікрорівневі теорії, в рамках яких відбувається пояснення явищ політичної комунікації. Вони розроблені у середині 1950-х років і виходять з уявлень про активну поведінку аудиторії щодо вибору джерел інформації і добору розповсюджуваних повідомлень.

Зміст теорії «когнітивного дисонансу» Леона Фестінгера полягає в тому, що коли нав'язуються певні думки та ідеї, то людина потрапляє у певний психологічний дискомфорт. Тому індивід, бажаючи уникнути такого стану, обирає та сприймає лише ті зовнішні повідомлення, які не суперечать її усталеним переконанням.

Теорія «корисності і задоволення потреб» Джеймса Е. Катца пояснює основну причину відбору людиною того чи іншого повідомлення за принципом задоволення її власних інтересів. Людина робить свій вибір, виходячи з користі, яку несе для неї та чи інша інформація.

3. Модель політичної комунікації Г. Лассуела. Комунікація входила і входить до сфери зацікавлень багатьох вчених різних років. Спочатку дослідники політичної комунікації відштовхувалися від уявлень про сутність масово-комунікаційних процесів, отриманих у ході аналізу механізмів пропагандистських дій на маси. Як наслідок, сформовані теорії «чарівної кулі» (magic bullet) та «підшкірної ін'єкції» (hypodermic needle).

Класичну парадигму комунікації запропонував у 1948 р. американський політолог Г. Лассуел. Її аналіз дозволив визначити політичну комунікацію як односпрямований спонукальний процес, у ході якого комунікатор прагне вплинути на аудиторію, нав'язати адресату дії, вигідні йому. Процес передачі інформації за «лінійною» моделлю Г. Лассуела виглядає так: Хто передав? → Що передав? → Яким каналом? → Кому? → З яким результатом?.

Відповідно дана модель передбачає шість складових: 1) відправник

(комунікатор, кодувальник) – це особа чи група осіб, що ініціюють передачу інформації; 2) повідомлення – це сукупність вербальних і невербальних символів, що становлять інформацію, яку хоче передати комунікатор; 3) канал – це спосіб (засіб, шлях), за допомогою якого інформація потрапляє від комунікатора до отримувача; 4) отримувач (реципієнт, цільова аудиторія, декодувальник) – це особи чи коло осіб, для яких призначене інформаційне повідомлення комунікатора; 5) сприйняття – це розуміння реципієнтом повідомлення комунікатора; 6) зворотний зв'язок – реакція отримувача на повідомлення.

Річард Бреддок і Джордж Гербнер зробили спробу розширити наповнення формулу Г. Лассуела і додали до неї обставини, при яких здійснюється комунікація, мета (установка), з якою говорить комунікатор, залежність моделі комунікативного акту від комунікативної ситуації. Це дозволило говорити про формулу, як про більш цілісну й коректну стосовно політико-комунікативних процесів.

4. Модель політичної комунікації Шеннона-Вівера. Американські дослідники Клод Шеннон (1916–1964) і Ворен Вівер (1894–1978) розширили теорію комунікації, звернувши увагу на її технологічні аспекти, а саме покращення якості зв'язку. Модель Шеннона-Вівера представляє комунікацію як складний, але лінійний і односторонній процес.

Комунікатор створює повідомлення, яке надходить у передавач, звідки у вигляді закодованого сигналу передається на приймач. Приймач декодує повідомлення, і у відновленому вигляді воно досягає адресата. В процесі передачі повідомлення піддається впливу різних негативних факторів зовнішнього середовища (шуми, перешкоди), це веде до того, що адресат може отримати повідомлення, яке серйозно відрізняється від початкового. Дана модель наочно демонструє, що повідомлення, які передаються по каналах зв'язку, далеко не завжди призводять до очікуваного результату. Оскільки зважаючи на існуючі у суспільстві комунікаційні шуми і перешкоди виникає ситуація, коли повідомлення, створене джерелом інформації, і повідомлення, отримане адресатом як сигнал, відновлений приймачем, мають різний зміст, а іноді можуть навіть не збігатися в смисловому плані.

Розробка даної моделі спричинила появу понять «ентропії» та «негентропії». Ентропія (шум) у комунікації пов'язана з тими факторами, що спотворюють повідомлення, руйнують його цілісність, тим самим, роблячи його сприйняття неможливим. Негентропія передбачає, що спотворене, неповне повідомлення все ж надходить до отримувача завдяки його здатності розпізнавати повідомлення, не дивлячись на недостатню інформацію та втрати. У якості засобу подолання шуму і здійснення ефективної комунікації вчені запропонували поняття надмірність (повторення елементів повідомлення).

5. Інтерактивна модель політичної комунікації. Особливого значення в процесі аналізу комунікаційного акту набуває інтерактивна або кругова модель комунікації, що включає в себе не тільки передачу повідомлень від відправника до одержувача, а й сукупність реакцій одержувача на повідомлення, що виражається у відправці відповідного повідомлення. Серед теоретиків, які представили комунікативний процес замкнутим або циклічним варто вказати американських учених Чарльза Осгуда (1916–1991) і Вілбура Шрамма (1907–1987). В першу чергу у свої висновках вони звернули увагу на поведінку головних учасників комунікації – відправника і одержувача, основними завданнями яких є кодування, декодування та інтерпретація повідомлення.

Істотний внесок у розробку підходу до дослідження процесів комунікації, що передбачали наявність «зворотного зв'язку», зробив Пол Лазарсфельд (1901–1976). Його модель «двоступеневого потоку інформації» передбачає, що інформація спочатку передається через ЗМІ авторитетному представнику громадськості, якого вчений називає «лідером думки», а потім неформальними каналами доводиться до широких мас. Це призводить до ускладнення комунікативного процесу, до неоднозначності ефекту комунікації.

6. Моделі політичної комунікації в системі в системі «керуючий – керований». Першим політичну систему назвав інформаційно-комунікаційною американський політолог К. Дойч. Його модель політичної системи включає чотири

фази руху інформаційно-комунікативних потоків: 1) отримання і відбір інформації; 2) обробка та оцінка інформації; 3) прийняття рішень; 4) здійснення рішень з урахуванням зворотного зв'язку. Політична система приймає інформацію через так звані рецептори (інформаційні служби, центри вивчення громадської думки тощо), де відбуваються селекція, систематизація та первинний аналіз отриманих даних. Далі нова інформація обробляється в рамках блоку «пам'яті і цінностей», де порівнюється з уже наявною інформацією та оцінюється з позицій цінностей, норм і стереотипів. Після цього уряд («центр ухвалення рішень»), вже маючи остаточне уявлення про те, наскільки нова політична ситуація, що склалася під впливом інформації, відповідає інтересам і цілям суспільного розвитку, приймає рішення з регулювання поточного стану системи. На останньому етапі «ефектори» (органи виконавчої влади) реалізують рішення, результати яких у вигляді нової інформації по каналах «зворотного зв'язку» надходять до «рецепторів». Таким чином, дана модель передбачає інформаційну взаємодію «керівників» і «керованих», точніше, інформаційний обмін, зворотний зв'язок між ними.

Модель Ж.-М. Коттре особливу роль у комунікаційному акті відводить керуючим. У результаті взаємодії між керівниками і керованими виникає три типи відносин: ідентичності (керуючі ідентичні керованим); включення (всі керуючі є членами політичного суспільства, але не всі керовані є членами керівного кола (ці відносини містять у собі взаємопроникнення і взаємовплив керуючих і керованих); перетину (у процесі реалізації влади керуючі поступово відділяються від керованих, а комунікація між ними все більше набуває опосередкований характер – через референдум або вибори, а також через посередництво ЗМІ, політичних і неполітичних організацій).

Модель К. Сайнне приділяється увага ролі політичної еліти в процесі реалізації політичної комунікації. Політична еліта здійснює політичну владу над суспільством, як правило, не безпосередньо, а опосередковано, шляхом використання різних проміжних ланок (наприклад, бюрократичного апарату або засобів масової комунікації).

7. «Спіраль мовчання» Е. Ноель-Нойман. «Спіраль мовчання» (англ. the spiral of silence) німецького політолога і соціолога Елізабет Ноель-Нойман (1916–2010) – теорія масової комунікації, яка пояснює механізми висловлення та поширення громадської думки. Сутність даної моделі полягає у тому, що більшість людей зазвичай намагаються уникнути потенційної соціальної ізоляції, тому, коли вони відчують, що їхня думка, погляди відрізняються від думки оточуючої їх більшості, то, як правило, вони намагаються не розкривати публічно свої погляди. Проте «спіраль мовчання» починає закручуватись і тоді, коли люди не розуміють соціального контексту того, що відбувається в суспільстві, або коли складно знайти адекватну реакцію на поточні соціальні події.

У цілому, «спіраль мовчання» Е. Ноель-Нойман – це побоювання опинитися в ізоляції, що примушує людей мовчати чи підтримувати думку більшості.

Таким чином, вивчення явища комунікації привертало увагу авторитетних представників наукового дискурсу різних років. Як наслідок, вироблено низку теоретичних моделей комунікації, що відображають реальні комунікаційні процеси, які відбуваються в політичному житті суспільства, одночасно дозволяють досліджувати ці процеси.

Список використаних джерел:

1. Бодрунова С. Современные стратегии британской политической коммуникации / Светлана Бодрунова. – М. : КМК, 2010. – 424 с.
2. Дойч К. Нервы управления: модели политической коммуникации и контроля / Карл Дойч. – М. : Прогресс, 1963. – 387 с.
3. Макаренко Л. П. Теоретичні засади ролі політичної комунікації в сучасній політичній системі / Л. П. Макаренко // Гілея: науковий вісник. – 2016. – Вип. 110. – С. 343–348.
4. Тищенко Ю. Моделі політичної комунікації: політичні партії та громадянське суспільство / Ю. Тищенко, П. Байор, М. Товт, С. Горобчишина ; Укр. незалеж. центр політ. дослідж. – К. : [Агентство «Україна»], 2010. – 148 с.
5. Остапенко М. Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження / Марина Остапенко // Політичний менеджмент. – 2012. – № 3. – С. 135–144.

6. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития [Электронный ресурс] / М. Н. Грачев. – Режим доступа: <http://read.virmk.ru/g/GRACHEV/index.htm> (02.10.2017). – Заглавие с экрана.
7. Карчевська О. В. Роль політичної комунікації в електоральному процесі: теоретико-методологічний аналіз [Електронний ресурс] / О. В. Карчевська, Г. С. Агафонова. – Режим доступу: file:///C:/Documents%20and%20Settings/julia/Мои%20документы/Downloads/Polzap_2012_6_19.pdf (10.10.2017). – Назва з екрану.

Тема 7. Типологія політичних комунікацій. Лінгвістичні особливості політичного дискурсу

План

1. Типологічні підходи до політичної комунікації.
2. «Холодні» та «гарячі» політичні комунікації М. Маклюєна.
3. Типологічні ознаки політичних комунікацій.
4. Політична мова та її підсистеми.
5. Стил ь та жанри політичної мови.
6. Політична сфера комунікації і її різновиди.

1. Типологічні підходи до політичної комунікації. Важливим аспектом розуміння політичної комунікації є розгляд різних підходів до визначення типів політичної комунікації.

У сучасній літературі виокремлюють *пропагандистські й непропагандистські* види політико-комунікаційного акту. При чому, у зв'язку зі зростаючою тенденцією прагнення наближення до демократії, підняття прямої політичної участі громадян в управлінні державою, зростає необхідність саме в непропагандистських методах комунікації.

Як форми організації дискурсу в цьому соціальному просторі розрізняють *маркетингові* (PR, політична реклама, інформаційний лобізм тощо) і *немаркетингові*

(пропаганда й агітація) типи політичної комунікації.

Враховуючи векторні характеристики комунікаційного акту, виокремлюють *горизонтальні* та *вертикальні* комунікації. Горизонтальні акти взаємодії відбуваються між відносно рівними за становищем акторами, а вертикальні акти взаємодії здійснюються «згори донизу» між правлячими колами або владними структурами і пересічними громадянами.

Найбільшого поширення отримала наступна типологія політичної комунікації:

1) *міжособистісна політична комунікація*, що передбачає безпосередній контакт людей у сфері політики. Виділяють такі сторони міжособистісної політичної комунікації:

- комунікативна, пов'язана з обміном інформацією між партнерами за повідомленням, передачею і прийомом думок, почуттів;
- інтерактивна, пов'язана з обміном діями між сторонами;
- перцептивна, пов'язана зі сприйняттям і розумінням один одного взаємодіючих суб'єктів, об'єктів політики, формуванням певних міжособистісних відносин.

2) *групова політична комунікація*, що відбувається в ході спілкування в малих групах.

3) *масова політична комунікація*, що виникає в процесі поширення політичної інформації і впливу в суспільстві за допомогою спеціальних засобів: друку, телебачення, радіо, кіно-, фотодокументів тощо.

У залежності від типів дискурсу в структурі політичної комунікації виокремлюють *формальний* і *неформальний типи* політичної комунікації.

Ще один класифікаційний параметр політико-комунікаційних процесів пов'язаний зі знаковими формами їхньої організації. На підставі даного параметра можна виділити вербальні, письмові або друковані, візуальні, символічні й деякі інші форми політичної комунікації. Співіснуючи і переплітаючись у єдиному комунікативному просторі, всі ці форми в сукупності становлять складний, комплексний соціокультурний феномен політико-комунікативного акту.

2. «Холодні» та «гарячі» політичні комунікації М. Маклюена. Канадський

дослідник впливу медіа на аудиторію Маршалл Маклюен (1911–1980) виокремив «гарячі» і «холодні» політичні комунікації.

Гарячі засоби політичної комунікації (радіо) завантажують орган чуття повністю, холодні (телефон, телебачення) через недостатню інформаційну визначеність змушують підключати всі органи чуття.

Гарячі засоби завантажують один орган чуття повністю до міри «високої визначеності» (стану наповненості даними), холодні – через «низку визначеність» (надаючи неповну інформацію) змушують підключати інші органи чуття. Гарячі засоби, залишаючи аудиторії не багато простору для заводнення та завершення, згідно М. Маклюену, характеризуються низкою мірою участі аудиторії, а холодні – навпаки високою мірою участі аудиторії або добудовування нею відсутнього.

3. Типологічні ознаки політичних комунікацій. У рамках загальної теорії комунікації розрізняють шість фундаментальних підходів до дослідження політичної комунікації.

- системний базується на напрацюваннях кібернетики: комунікація розглядається у термінах інтерації між елементами системи;
- лінгвістичний розглядає мову як засіб соціального контролю над політичними інститутами і процесами;
- символічний підхід визначає політику й комунікацію у термінах обміну символами;
- функціональний переносить центр ваги на забезпечення комунікацією функцій соціалізації і підтримання стабільності;
- організаційний зосереджує увагу на інформаційних потоках і чинниках, що можуть їх стримувати;
- екологічний, досліджує комунікацію з точки зору впливу на неї середовища існування, насамперед політичної системи.

До типових рис політичної комунікації відносять наступні: ритуальність та інформативність; інституціональність та особистісний характер; езотеричність і загальнодоступність; схематичність та повнота інформації; стандартність і

експресивність; діалогічність та монологічність; агресивність і толерантність; пряма і прихована форма оцінки.

4. Політична мова та її підсистеми. Політична комунікація – це процес спілкування між учасниками політичної діяльності, що передбачає використання вербальних і невербальних засобів передачі політично важливої інформації. *Політична мова* є багатовимірним конструктом і виступає не лише у ролі засобу подачі інформації, але й у ролі засобу управління суспільством, масовою свідомістю.

Німецький дослідник В. Бергедорф включає до складу політичної мови мову законодавства та адміністративно-правова термінологія, адміністративну мову чи мову управління, мову переговорів, мову політичного виховання, мову політичної пропаганди. Американський дослідник М. Еделман, встановивши взаємозв'язок між стилістичними структурами політичної мови та її політичними цілями, виокремив чотири основні різновиди політичної мови: мова умовлянь, мова закону, адміністративна мова та мова угод.

У залежності від форми функціонування і передачі інформації, політичну мову поділяють на такі різновиди:

- вербальна (мова слів);
- символічна (мова спеціальних знаків, умовних сигналів, емблем, ритуальних дій тощо);
- професійна мова політичних відомств (інструкцій, переговорів, розпоряджень, листування тощо);
- мова публічних виступів політичних діячів (заяви, інтерв'ю, радіо- і телезвернення, прес-конференції, радіо- і теледебати, виступи в будь-якій аудиторії);
- мова функціонування політичних інститутів (мова урядових засідань, партійних з'їздів, дебатів тощо);
- мова політичної пропаганди і політичної реклами (листівки, плакати, радіо- та відеоролики);
- мова ЗМІ (мова передач на політичні теми, блоків політичних новин на радіо і телебаченні, рубрик, які відводяться політичним подіям у пресі, статей на політичні

теми, заяв політичних коментаторів та оглядачів, матеріалів спеціалізованих видань стосовно різних аспектів політики тощо);

- мова виборів та ін.

Політична мова виконує в суспільстві певні функції, зокрема: інформаційну, комунікативну, регулятивну, референтну, оціночну, функцію формування політичної свідомості, функцію переконання і контролю та функцію маніпулювання, функцію вироблення механізмів зв'язку між владою і громадянським суспільством.

Специфіка політичної мови визначається її змістом і проблематикою (розподіл влади між державами, в державі та в її структурах), функціями (вплив на політичну картину світу адресата, емоційний вплив на адресата, схилення адресата до тих чи інших дій), ідеологічною обумовленістю при відборі і вживанні лексики та інших елементів, а також використанням характерних для цього виду діяльності комунікативних стратегій і тактик.

5. Стыль та жанри політичної мови. Стыль політичного мовлення – це мовні особливості використання національної мови, властиві окремому політику (ідіостыль), представнику політичної партії або організації чи безпосередньо політичним інститутам. Особливості політичного мовного стилю можуть бути пов'язані з наданням переваги різноманітним мовним засобам таким як: жаргонізми, ненормативна лексика, іншомовні слова, висловлювання відомих людей тощо).

Кожній комунікативній ситуації в політичній промові відповідає свій набір жанрів. Розрізняють політичні жанри усного мовлення (виступ на мітингу, доповідь, бесіда, дебати, інтерв'ю тощо) та жанри письмової мови (програма, листівка, газетна стаття, лист політичному лідерові тощо).

Жанр – це важливий засіб індивідуалізації тексту, його співвіднесення з умовами мовної діяльності.

Залежно від функції розрізняють ритуальні (інаугураційне звернення, вітальне слово та ін.); орієнтаційні (доповіді, укази, договори, угоди); агональні (лозунг, листівка, виступ на мітингу, віршоване гасло); інформативні (газетна інформація, звернення громадян до політиків або в ЗМІ) жанри.

За обсягом інформації серед жанрів політичної мови вирізняють малі (гасло, слоган), середні (виступ на мітингу або в парламенті, листівка, газетна стаття та ін.) та великі (партійна програма, політичну доповідь, книга політичної публіцистики та ін.).

Залежно від мети висловлювання в політичній комунікації розрізняють інформативні, оціночні та імперативні жанри.

6. Політична сфера комунікації і її різновиди. Дослідження політичних текстів дозволити виокремити наступні різновиди (рівні, підсфери) політичної комунікації:

1) апаратна (службова, внутрішня, бюрократична) політична комунікація, орієнтована на спілкування всередині державних або громадських структур;

2) політична комунікація, що є формою здійснення професійної і громадської діяльності політичних лідерів та активістів; в якості адресата тут виступають різноманітні верстви населення;

3) медійна політична комунікація (здійснювана журналістами чи за посередництва журналістів), розрахована на масову аудиторію;

4) політична мовна діяльність «рядових» громадян (непрофесіоналів у сфері політичної комунікації), які беруть участь у мітингах, зборах, демонстраціях;

5) парламентська комунікацію та комунікація перемовин.

У політичній практиці сьогодення комунікація являє собою комплексну систему інтегрованих формальних і неформальних, вербальних і невербальних, горизонтальних і вертикальних, міжособистісних і масових способів взаємодії, стратегічною метою яких є політична інформаційна взаємодія, спрямована на структурування політичного поля й на встановлення в ньому певних владних відносин. Невід'ємною складовою комунікації є мова. Основне соціальне призначення мови – бути засобом комунікації, зберігати і передавати інформацію. Але в політичній сфері мова використовується не тільки як інструмент формування і висловлення думок, засіб комунікації, а й як засіб впливу на індивідуальну та громадську свідомість.

Список використаних джерел:

1. Карпчук Н., Юськів Б. Лінгвістичний ландшафт держав-членів ЄС як ознака монолітного неконфліктного суспільства // Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії, № 3 (11), 2021.
2. Коваленко А. М. Політична мова як засіб політичної комунікації / А. М. Коваленко // Нова філологія. – 2014. – № 60. – С. 81–84.
3. Нагорна Л. П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики / Л. П. Нагорна. – К. : Світогляд, 2005. – 315 с.
4. Петренко В. В. Політична мова чи політичний дискурс? / В. В. Петренко // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка: Сер. Філософія. Політологія. – 09/2006. – № 81/83. – С. 124–126.
5. Современная политическая коммуникация : учебное пособие / отв. ред. А. П. Чудинов ; Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург : [б. и.], 2009. – 292 с.
6. Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. – 2002. – № 3. – С. 5–18.
7. Темерівський В. Інформаційно-комунікативний аспект політичного маркетингу / Віталій Темерівський // // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї / Ін-т політ. і етнонац. досліджень ім. І. Ф. Кураса, Укр. центр політ. менеджменту, Асоціація політ. наук України, Укр. акад. політ. наук, Чорноморський держ. ун-т ім. П. Могили. – К., 2011. – Вип. 22. – С. 95–105.

Тема 8. Політико-комунікаційні кампанії немаркетингового типу. Маркетингові способи організації політичної комунікації

План

1. Комунікаційні технології в інформаційному просторі.
2. Агітаційно-пропагандистські комунікаційні технології.
3. Маркетингові технології комунікаційного акту.

1. Комунікаційні технології в інформаційному просторі. В інформаційному просторі суспільства використовуються різні комунікаційні технології, призначення

яких полягає в тому, щоб сформувати певну громадську думку, відповідним чином сконструювати сприйняття політичних реалій і забезпечити підтримку тих чи інших політичних рішень, тобто отримати конкретний результат. Комунікаційні технології у сучасному світі здатні найбільш ефективно виконувати завдання створення та підтримки простору демократичного діалогу між політичною сферою, владою та громадянами. Вони ґрунтуються на знаннях про людину, її буття і реалізуються як системні інтелектуальні комплекси, спрямовані на маніпулювання свідомістю.

У процесі демократизації політичної системи важливу роль відіграють саме комунікаційні технології, призначення яких полягає у налагодженні прозорих суспільних комунікацій як між органами державної влади та місцевого самоврядування, так і інститутами громадянського суспільства.

Політико-комунікаційні технології, відіграючи провідну роль у системі управління суспільством і процесами, що відбуваються в ньому, відрізняються системною природою, визначають суспільну організацію, характеризуються структурно-функціональним змістом.

Типи комунікаційних технологій (О. Соловйов):

1) ринкові (або маркетингові) – паблік рилейшнз, політична реклама, інформаційний лобізм тощо;

2) неринкові (або немаркетингові) – політична пропаганда, політична агітація.

Відповідно до іншої типології існують такі технології політичної комунікації (Д. Наріжний):

- PR технології;
- виборчі технології;
- технології політичної реклами;
- технології політичного впливу і маніпулювання;
- технології формування політичного іміджу;
- технології міжнародних політичних комунікацій.

Із розвиток процесів модернізації та індустріалізації суспільства до наведених переліків політико-комунікаційних технологій додалися перформанс і резонансні технології. Зміст останніх полягає в тому, що вони є прикладом т. зв. «м'якої

могутності», що використовується у демократичних суспільствах та враховує когнітивні, комунікативні та власне резонансні схеми, за якими живе аудиторія. Резонансна комунікація будується на активізації тих уявлень отримувача інформації, які він уже має.

Політичний перформанс – це спеціальна, як правило, символічна, зазвичай ритуальна діяльність, що здійснюється індивідом або групою осіб із метою справити враження на іншого індивіда, групу або масу людей і привернути увагу до своєї діяльності та функціонування. Він реалізується у спланованих та організованих політичним суб'єктом діях для нарощення власного публіцитного капіталу. Перформанс передбачає спонтанності; в ньому є організація та чітка ієрархія; він переслідує певні цілі і не розрахований на випадкових глядачів, організатори вибирають місце і час із метою найбільшого впливу на аудиторію. Використання політичного перформансу дає певну гарантію привернення уваги аудиторії до політичних проблем.

Призначення політичних технологій у політичній комунікації полягає в тому, що вони є механізмами управління інформаційними процесами в політиці та носіями політичної інформації.

2. Агітаційно-пропагандистські комунікаційні технології. Самостійною складовою системи політичних комунікацій є політична пропаганда.

Пропаганда – це давній інструмент впливу на громадську думку. Історично це явище пов'язане з періодами напруги соціальних потрясінь та політичних конфліктів. Поступово пропаганда ставала основним інструментом контролю громадської думки та ефективною «м'якою» зброєю в боротьбі з противником. Із плином часу смисловий зміст пропаганди змінився, вона стала асоціюватися з неправдою та обманом.

Термін «пропаганда» сягає корінням назви католицької організації *Sacra Congregatio de Propaganda Fide* (Священна конгрегація розповсюдження віри), що була створена в 1622 році для поширення віровчень Римо-католицької церкви на Новий Світ та протистояння руху протестантської Реформації в Європі.

Сьогодні пропаганда сприймається як цілеспрямоване поширення ідей та моделей поведінки серед широких мас населення; як система засобів, які діють на підсвідомість людини, щоб згодом маніпулювати її поведінкою, нав'язувати певні стереотипи та спонукати виконувати побажання та накази маніпулятора, це ефективна гра на психіці людини, особливостях її емоційного стану, знанні чи незнанні явищ та подій, що ґрунтується на навіюванні та сугестії певних поведінкових реакцій, часто апелює до колективного свідомого людини (Х. Процак).

Політична пропаганда є невід'ємною умовою здобуття, утримання та реалізації влади. Вона популяризує та прищеплює масовій свідомості визначені політичні ідеї та ідеали.

Типи пропаганди:

1) відповідно до джерела повідомлення:

- *«біла» пропаганда* загалом походить із відкритого доступного джерела та характеризується м'якими методами переконання, такими як стандартні техніки відносин із населенням та одностороннім поданням аргументів;
- *«сіра» пропаганда* направлена на те, щоб змусити повірити в неправдиву інформацію;
- *«чорна» пропаганда* – це сфабрикована неправдива інформація (або просто відверта брехня), поширення якої має на меті спровокувати політичний, соціальний, міжетнічний або міждержавний конфлікт.

2) відповідно до природи повідомлення:

- *позитивна (конструктивна) пропаганда* прагне донести до споживача ті або інші переконання в доступній формі, тим самим виконує виховну та інформаційну функції в суспільстві. Її мета полягає в тому, щоб сприяти соціальній гармонії, злагоді, вихованню людей згідно із загальноприйнятими цінностями;
- *негативна (деструктивна) пропаганда* використовується для маніпулювання масами в інтересах невеликої групи осіб. Її ціль – розпалювання соціальної ворожнечі, нагнітання соціальних конфліктів, загострення суперечностей у суспільстві тощо.

3) за суб'єктом впливу: *державна, партійна і громадська* пропаганда;

4) за метою впливу:

- *пропаганда створення* (покликана переконати в необхідності побудови чогось нового (інституту, суспільства), пропонує приєднуватися до цього процесу);
- *пропаганда руйнування* (переконує у наявності ворога, який щось задумує проти нас);
- *пропаганда роз'єднання* (розпалює ворожнечу);
- *пропаганда залякування* (запевняє вірогідного/можливого противника у власній економічній силі);
- *пропаганда відчаю* (наголошує на безнадійному становищі можливого противника, примушує його здатися);
- *пропаганда героїзму* (закликає до згуртування навколо певних цінностей, допомагає легше пережити складнощі, ілюструє приклади, до яких необхідно прагнути);
- *пропаганда просвітництва* (повідомляє населення про дії керівництва різного рівня, рекламує спосіб життя).

Якщо говорити про структуру пропаганди, то вона є чітко визначеною та важливою для досягнення поставлених цілей. Пропаганда передбачає наявність ідеї, цільової аудиторії і засобів, щоб донести ідею до потрібної аудиторії.

Основні структурні компонентами пропаганди: 1) адресант; 2) інформація (меседж); 3) джерело інформації; 4) адресат(и).

Політична пропаганда вдається до маніпулювання.

Політичне маніпулювання – це система засобів ідеологічного і духовно-психологічного впливу на масову свідомість з метою нав'язування певних ідей, цінностей; а також цілеспрямований вплив на громадську думку і політичну поведінку для спрямування їх у потрібному напрямі (В. Воронкова); це різновид психологічного впливу, що має прихований характер і спрямований на перекручування процесу пізнання й оцінки дійсності з метою управління політичною свідомістю і поведінкою людей. Основними структурними одиницями маніпулювання є, з одного боку, безпосередньо маніпулятор, суб'єкт маніпулювання, або актор впливу, а з іншого, – аудиторія (особа/група), на яку цей вплив спрямовано,

об'єкт маніпулювання або адресат впливу.

Основні типи маніпуляції свідомістю: переконання, психологічне зараження, наслідування та навіювання (сугестія).

Доповнює пропаганду агітація, методи якої спрямовані на досягнення миттєвого або короткочасного ефекту. *Політична агітація* – це система заходів, які мають за мету сформувати певну політичну позицію і певну політичну поведінку, яка і виражається потім у підтримці чи невідтримці суб'єктів політичного чи виборчого процесів.

Основними прийомами агітації та пропаганди є дезінформація, фальсифікація та маніпулювання свідомістю реципієнтів. Таким чином, комунікаційні технології агітаційно-пропагандистського типу в цілому спрямовані на контроль за розумом і поведінкою людей.

3. Маркетингові технології комунікаційного акту. До політичних маркетингових технологій відносять політичний PR і політичну рекламу. Найчастіше їх використовують для формування іміджу чи політичного бренда.

Під «PR» розуміють: комунікаційну ринкову діяльність, спрямовану на створення публічних комунікацій (І. Слісаренко); комплексну діяльність з організації комунікаційного простору; інформаційну політику; діяльність зі встановлення взаєморозуміння між організацією та її громадськістю (О. Холод); особливу функцію управління інформаційними процесами, спрямовану на організацію загального співробітництва; комунікаційний аудит; спосіб гармонізації інформаційних процедур і технологій проекту (І. Шовкун); «систему пропаганди» тощо.

Завдання PR у сфері політики полягають у налагодженні контактів зовнішніх аудиторій із владою чи організаціями, створенні привабливого іміджу останніх, зміцненні їх авторитету (репутації), розробці стратегій просування та оптимізації діяльності, а також у налагодженні відносин усередині владних структур, партій, організацій.

Форми організації PR-комунікацій: висвітлення прес-службами, прес-центрами, інтернет-представництвами, консалтинговими агентствами, ЗМІ, піар-службами

різноманітних поїздок державних діячів країною, їхніх зустрічей з авторитетними зарубіжними та вітчизняними політиками, представниками різних професій, безпосередні звернення до народу, подорожі за кордон тощо.

Політичний PR тісно пов'язаний із механізмами публіситі, тобто з прийомами створення популярності, привабливості в суспільно-політичній сфері. У зв'язку з розвитком сучасних інформаційних технологій відбувається і модернізація політичного PR.

Політична реклама – це будь-яка реклама як система методів психологічної дії на масову аудиторію з метою управління їх політичною поведінкою, направлена на зміну або закріплення тих або інших політичних переконань. Головна мета політичної реклами полягає в здійсненні цілеспрямованого впливу на громадську думку, що вирізняє її з-поміж інших варіантів міжособистісного спілкування.

Типи політичної реклами: позитивна і негативна; постійна і пульсуюча; пряма та опосередкована; публіцистична, наукова, гумористична, натуралістична тощо; державна, партійна; віртуальна.

Також виділяють такі різновиди політичної реклами: *телевізійна* (в тому числі ефірні виступи кандидатів, відео- і мультиплікаційні ролики); *поліграфічна політична реклама*, в системі якої окреме важливе місце займають такі форми представлення, як політичний плакат, листівка, брошура тощо; *реклама в Інтернеті* (сайти політичних партій, блоків та окремих політиків; рекламні банери на сайтах універсальної тематики; електронні розсилки і т.д.); *художні та фотопортрети суб'єктів політичної реклами* (скульптури); *політична карикатура*; *сувенірна реклама* (значки, брелоки, прапорці, чашки, іграшки тощо); *реклама на одязі* (футболки, бейсболки, кепки, бандани тощо); *різні аксесуари до одягу* (стрічки або банти); *інші носії політичної реклами* (парасольки, смітєві урни, поштові марки, сірникові коробки і навіть пляшки з алкоголем); *зовнішня політична реклама*; *політична реклама на радіо*; *усна політична реклама*; *реклама в друкованих ЗМІ*.

Види політичної реклами за формою подачі повідомлення (Л. Деян): примітивна реклама (політик просто відповідає на питання); «голова, яка говорить» (політик виступає з повідомленням); «негативна реклама» (спрямована на зниження

авторитету конкурента); «концептуальна реклама» (несе головну ідею політика чи партії); «правдиве кіно» (кадри спілкування з населенням); «особисті свідчення» (виступи експертів чи «випадкових перехожих»; «нейтральний репортер» («незалежний рупор»).

Жанри політичної реклами (Л. Девлін): примітивна реклама (тільки слогани); «говорюча голова» (виступ по телебаченню кандидата або представника партії); негативна реклама (антиреклама опонентів); концептуальна реклама (виклад найважливіших ідей кандидата); «правдиве кіно» (спілкування кандидата з електоратом, наче в реальному житті); «особисті свідчення» («прості люди з вулиці» позитивно відгукуються про кандидата чи його програмі); «нейтральний репортер» (кореспондент ЗМІ нібито об'єктивно інформує про позитивні риси кандидата); «кандидат у дії» (демонстрація реальної діяльності кандидата, спрямована на вирішення проблем виборців).

Сьогодні роль політичної реклами в житті суспільства постійно зростає, особливо під час проведення виборів. Вона складається з об'єктивної і переконливої інформації про конкретну політичну особу чи організацію та емоційно впливового повідомлення. Політична реклама спонукає прихильників визначених політичних ідей та ідеалів проголосувати на виборах за політичних лідерів або політичні партії, що є носіями цих ідей та ідеалів.

Таким чином, у сучасному політичному процесі є безліч засобів впливу на громадську думку, провідне місце серед яких займають політичний PR і політична реклама. Вони є достатньо ефективними інструментом залучення нових прихильників до певного суб'єкта політики та стимулювання громадян до активної політичної участі у певному напрямку, гармонізуючи політичні відносини.

Список використаних джерел:

1. Абудецька Н. Маркетингові засоби комунікації в політиці / Н. Абудецька // Політичний менеджмент. – 2011. – № 4. – С. 105–111.
2. Боднарчук О. Політична взаємодія в комунікативному просторі / Олег Боднарчук // Політичний менеджмент. – 2013. – № 59. – С. 135–144.
3. Гойман О. О. Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної

- війни / О. О. Гойман // Грані. – 2015. – № 1. – С. 50–56.
4. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації / С. Г. Денисюк. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 276 с.
 5. Дейян А. Реклама / А. Дейян. – М. : Прогресс, 1993. – 176 с.
 6. Кравчук М. А. Політична пропаганда як засіб становлення і трансформації політичних режимів : автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / Микола Артемович Кравчук ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Л., 2006. – 19 с. – укр.
 7. Наріжний Д. Ю. Аналіз політичних технологій та особливостей їх застосування в транзитивному суспільстві : автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / Данііл Юрійович Наріжний ; Дніпропетр. нац. ун-т. – Дніпропетровськ, 2004. – 22 с. – укр.
 8. Ольшанский Д. Политический PR / Д. Ольшанский. – СПб. : Питер, 2003. – 544 с.
 9. Павлов Д. Політична пропаганда: до визначення поняття / Д. Павлов // Гілея: науковий вісник. – 2013. – Вип. 79. – С. 328–331.
 10. Почепцов Г. Г. Пропаганда и контрпропаганда / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 2004. – 452 с.
 11. Слісаренко І. Паблік рілейшнз у системі комунікації та управління : [навчальний посібник] / І. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001. – 104 с.
 12. Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации / А. И. Соловьев // Политические исследования. – 2002. – № 3. – С. 5–18.
 13. Холод О. М. Імідж: мовлення політиків : [монографія] : в 2 ч. / [за ред. В. В. Різуна]. – К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2003. – Т. 2. – 259 с.
 14. Хома Н. М. Політичний перформанс як постмодерна форма соціального протесту / Н. М. Хома // Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право : збірник наукових праць. – 2014. – № 1 (21). – С. 18–22.
 15. Шовкун І. В. Імідж політика як комунікативний елемент політичної реклами / І. В. Шовкун // Вісник Київського університету. Серія: Філософія. Політологія. – 2004. – Вип. 69. – С. 104–108.

16. Яковлева Н. І. Пропаганда як складова політичної комунікації : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Неллі Іллівна Яковлева ; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2010. – 18 с. – укр.
17. Процак Х. Ефект тріади (політична реклама, пропаганда, паблік рілейшнз) у політичній сфері суспільного життя [Електронний ресурс] / Христина Процак. – Режим доступу: <http://protsak.livejournal.com/10739.html> (29.09.2017). – Назва з екрану.

Тема 9. Політична комунікація в інформаційному суспільстві. Е-демократія

План

1. Взаємозв'язок політики та Інтернет-простору.
2. Концептуальні засади електронної демократії.
3. Перепони на шляху розвитку електронної демократії.
4. Електронний уряд та електронне урядування.
5. Політична участь громадян за умов е-демократії.

1. Взаємозв'язок політики та Інтернет-простору. Розвиток інформаційних і комунікаційних технологій (ІКТ) на сучасному етапі помітно модернізують політичну комунікацію. Як якісно новий період у розвитку суспільства набуває актуальності поняття інформаційного суспільства, що характеризується визначальною роллю і високим рівнем розвитку інформаційних технологій. Для інформаційного суспільства характерно створення ефективної системи забезпечення прав громадян і соціальних інститутів на вільне отримання, розповсюдження і використання інформації як найважливішої умови демократичного розвитку, поліпшення взаємодії населення з органами влади.

Одним із засобів, що визначає розвиток інформаційного простору на сучасному етапі, виступає мережа Інтернет, що являє собою глобальну загальнопланетарну інформаційну систему, засіб об'єднання різноманітних інформаційних комп'ютерних мереж для передачі та обміну інформацією між країнами, регіонами, організаціями та

індивідуальними користувачами.

Інтернет багатосторонньо впливає на різні політичні процеси. М. Вершинін, проаналізувавши дослідження вчених щодо ролі Інтернету в сучасній політичній комунікації, визначає три основні підходи. Один із них висловлює так звану «популістську точку зору», згідно з якою мережа забезпечує можливість прямого впливу на уряд (без посередників) та його політику. Згідно з комунікативною точкою зору, основна функція Інтернету зводиться до формування і розвитку «співтовариств» різних рівнів (навіть на рівні держав). Концепція «прискореного плюралізму» доводить, що Інтернет сприяє дробленню сучасної політичної системи відповідно до економічних інтересів політичних груп і переходу до гнучкої системи, заснованої на різних стратегіях впливу політичних груп, а також сприяє децентралізації контролю над приватними засобами масової інформації, перешкоджає тенденції укрупнення засобів масової інформації.

До переваг використання Інтернету в політичному процесі відносять:

- низька вартість та оперативність поширення інформації;
- мультимедійні можливості, тобто поєднання візуальних, звукових, відео- та інших ефектів для впливу на органи відчуття людини;
- індивідуалізація – мережа задовольняє інформаційні потреби як окремо взятої особистості, так і груп людей;
- можливість реалізації глобальних маніпулятивних впливів, використання всіх ресурсів гіпертексту для прокладання необхідних маршрутів маніпулятивних кампаній;
- інтерактивність – можливість діалогу в процесі обміну інформацією, на відміну від монологу у взаємодії з традиційними ЗМІ;
- безкарність, можлива анонімність комунікатора, прихований вплив на мережеві спів товариства й особистість в Інтернеті;
- технічні можливості Інтернету дозволяють не тільки створювати мережі й впливати на споживачів інформації, а й проводити моніторинг мереж, визначаючи можливі мережі й адреси поширювачів тієї чи іншої інформації;
- задоволення особистісних, комунікативних потреб за рахунок використання

телекомунікаційних технологій;

- відсутність посередників, що спрощує взаємодію між громадянами та владою.

Отже, перспективний потенціал Інтернету на сьогодні – саме в залученні громадян до політичних процесів та реальних можливостях для політичних змін. Крім того, Інтернет дозволяє радикально підвищити ефективність державного механізму в цілому. Перенесення політичними акторами частини своєї комунікаційної діяльності в мережу Інтернет сприяє формуванню принципово нового типу інтерактивної комунікації.

2. Електронна демократія як форма політичної комунікації. Серед новітніх форм політичної комунікації особливе місце займає електронна демократія (е-демократія).

Теоретичні основи концепції е-демократії ведуть свій початок із США та Великої Британії. Саме там вперше було введено до наукового обігу термін «електронна демократія» (e-democracy).

В основі концепції е-демократії, перш за все, лежить можливість громадян відкрито виявляти свою політичну активність за допомогою комп'ютерних комунікацій. Е-демократія передбачає застосування новітніх інструментів обміну інформацією, засобів зв'язку держави і громадян.

Щодо тлумачення та застосування терміну «е-демократія», в політологічній літературі немає єдиного поняття. Наведемо деякі підходи.

Електронна демократія – це форма суспільних відносин, за якої громадяни та організації залучаються до державотворення та державного управління, а також до місцевого самоуправління шляхом широкого застосування ІКТ; використання ІКТ та інформаційної інфраструктури для розвитку й посилення демократичних інститутів і розширення участі громадян у суспільно-політичній діяльності (В. Дрожжинов і А. Штрик); будь-яка демократична політична система, в якій комп'ютери і комп'ютерні мережі використовуються для виконання найважливіших функцій демократичного процесу, таких як поширення інформації та комунікація, об'єднання інтересів громадян і прийняття рішень шляхом обговорень і голосування (М. Вершинін).

Е-демократія знаходить вияв у таких формах: організація голосування через світову мережу; надання громадянам можливості обговорення рішень органів влади на форумах, у чатах, блогах; «демократія з відкритим кодом» (open source democracy), що передбачає спільну законотворчість парламенту і громадян; «електронний уряд» (e-Government), що вимагає від урядових установ в обов'язковому порядку відображати процес своєї діяльності в онлайн-режимі; «електронне-урядування» (e-Governance), «напівпряма е-демократія» (semi-direct e-democracy), що передбачає попереднє обговорення законопроектів у мережі Інтернет до їх ратифікації (або подання у парламент); е-консультації через дискусійні форуми. У США активно використовується така форма е-демократії як комп'ютерне лобіювання, що передбачає використання комп'ютерних мереж як інформаційного ресурсу; прямий інформаційний тиск через комп'ютерні мережі; використання комп'ютерних мереж для приватного спілкування з представниками державної влади або органів місцевого самоуправління.

Отже, серед форм політичної комунікації особливу роль у комунікаційному процесі відіграє е-демократія, теоретичні основи якої продовжують розроблятися і знаходять практичне застосування.

3. Перепони на шляху розвитку е-демократії. Активне впровадження механізмів е-демократії як засобів впливу на управління та керівництво державою позитивно позначається на політичній участі населення. Використання новітніх технологій громадянами не тільки в особистих цілях, але і в якості суспільно-політичної участі на всіх рівнях публічного управління формує новий рівень активності громадян. Залучення більшої кількості людей до політичного процесу забезпечує реалізацію їхніх інтересів, сприяє відкритості політичної влади, допомагає спілкуванню громадян із владою.

Однак, варто звернути увагу на негативні тенденції впливу Інтернету на формування політично активної особистості. Влада отримала потужний засіб впливу і управління поведінкою людей через швидкий доступ до будь-якої інформації про конкретну особу, організацію чи інститут. Розвиток сучасних технологій може бути

використано для тотального контролю з боку держави над своїми громадянами. Крім того, державні органи в ряді країн (Китай, Північна Корея) намагаються контролювати Інтернет-комунікації. Тим самим до наукового дискурсу, поряд із поняттям «медіакратія», введено такі поняття як «медіаімпералізм», «культурний імперіалізм», «інформаційно-фінансовий імперіалізм».

Переоцінка ролі е-демократії та засобів, якими вона оперує призводить до помилкового сприйняття її як панацеї на шляху розв'язання суспільно-політичних проблем. Варто пам'ятати, що е-демократія – це інструмент підвищення якості управлінських рішень, що стосуються як кожного окремого учасника політичного процесу, так і суспільства в цілому.

До проблем на шляху розвитку е-демократії відносять, насамперед, технічні перепони, що, по-перше, не дозволяють широко використовувати нові технології і, по-друге, не гарантують захист від проникнення в закриту систему, наприклад, із метою підтасування голосів.

Соціально-економічні проблеми виявляються, по-перше, в недостатньому доступі до мережі Інтернет через недостатні фінансові можливості та електронну безграмотність; по-друге, у відсутності інформації та знань про суть та можливості «е-демократії» у користувачів Інтернет; по-третє, у недостатньому рівні взаємодії влади з громадськістю через соціальні мережі, яким віддають перевагу більшість користувачів Інтернет; по-четверте, в обмежених можливостях е-участі осіб похилого віку, сільських мешканців, та громадян із низьким рівнем освіти.

4. Електронний уряд. Електронне урядування. В основі ідеї електронного уряду (е-уряд) лежить сприйняття держави як інституту, покликаного ефективно задовольняти зростаючі потреби суспільства.

Е-уряд (e-Government) – модель державного управління, що заснована на використанні сучасних ІКТ з метою підвищення ефективності та прозорості влади, а також встановлення суспільного контролю над нею.

Політична комунікація в рамках концепції «електронного уряду» має кілька найважливіших напрямів:

G2G («government-to-government»), або обмін інформацією між різними державними службами, підрозділами та відомствами;

G2B («government-to-business»), тобто комунікація державних служб із комерційними та громадськими структурами;

G2C («government-to-citizen») – відносини між громадянами і державою.

Переваги «електронних урядів» перед традиційних: 1) зниження вартості транзакцій; 2) підвищення обізнаності громадян про послуги та політику урядових органів; 3в) поліпшення використання баз даних; 4) підвищення відкритості суспільства; 5) удосконалення державного устрою.

У зарубіжній науковій літературі терміни «електронний уряд» та «електронне урядування» (е-урядування) використовуються як тотожні, і лише останнім часом ці поняття почали відокремлюватися.

Електронне урядування (e-Governance) – трансформація внутрішніх і зовнішніх відносин державних структур на основі використання можливостей Інтернету, інформаційних і телекомунікаційних технологій із метою оптимізації послуг, що надаються, підняття рівня участі громадян у питаннях державного управління та вдосконалення внутрішніх процесів.

Відповідно до розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення розвитку електронного урядування» від 13 грудня 2010 р. № 2250-р, е-урядування визначається як форма організації державного управління, яка сприяє підвищенню ефективності, відкритості та прозорості діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування з використанням ІКТ для формування нового типу держави, орієнтованої на задоволення потреб громадян.

Етапи розвитку е-урядування за даними експертних комісій ООН:

- зародження (передбачає наявність декількох сторінок або офіційного веб-сайту уряду, практично без посилань на міністерства чи інші урядові структури);
- поглиблений етап (мотивує уряд надавати вільний доступ до більшої офіційної інформації (документів, звітів, законів тощо));
- інтерактивний етап (розширює надання державних онлайн послуг через офіційний веб-портал або ж веб-сайт із послугами);

- транзакційний (передбачає двосторонню взаємодію між громадянами та урядом (оплата податків, отримання паспортів чи свідоцтв про народження, поновлення ліцензій тощо));

- пов'язаності, на якому уряд перетворює себе в єдине ціле, що відповідає потребам громадян через розвиток інтегрованої служби підтримки. Особливого значення на цьому етапі набувають горизонтальні (між органами державної влади) та вертикальні (між органами центральної та місцевої влади) зв'язки, інфраструктурні зв'язки, взаємозв'язки між урядом та громадянами, між зацікавленими акторами.

У рамках розробки проблеми е-урядування, зарубіжні наукові кола пропонують концепцію «якісного управління», що характеризується рядом ознак, серед яких: співробітництво і спільна робота громадян і влади (Participation), верховенство права (Rule of law), прозорість влади та її рішень (Transparency), оперативність реагування (Responsiveness), орієнтація на консенсус (Consensus Oriented), рівність і відсутність дискримінації (Equity & Inclusiveness), результативність, ефективність і економічність (Effectiveness & Efficiency), підзвітність влади громадянам (Accountability)

Саме тому, для підвищення ефективності державного управління безпосереднє значення має впровадження е-урядування, яке спрямоване на виконання ряду завдань:

- забезпечення права громадян на доступ до офіційної інформації;
- надання громадянам об'єктивної і достовірної інформації про діяльність органів державної влади, тим самим підняття рівня довіри до держави;
- забезпечення співробітництва держави та її структур із населенням;
- збільшення і вдосконалення надання державних послуг на запити громадян;
- підняття рівня політичної активності населення шляхом залучення до процесу вироблення політики;
- спрямування на економію матеріальних і часових ресурсів.

Департамент економічного і соціального розвитку ООН щорічно оприлюднює огляди готовності країн світу до використання е-урядування. Оцінка здійснюється за двома критеріями:

- *індексом розвитку електронного уряду (e-Government Development Index (EGDI));*
- *показниками електронної участі населення (e-Participation).*

У свою чергу EGDІ включає такі показники: *онлайн сервіси* (Online Service Index) включають електронні інформаційні ресурси органів влади; *розвиток телекомунікаційної інфраструктури* (Telecommunication Infrastructure Index) демонструє кількісні показники (кількість телефонних ліній, загальне число користувачів Інтернет, кількість персональних комп'ютерів, телевізорів і мобільних телефонів на тисячу жителів); *індекс людського капіталу* (Human Capital Index) показує, яка кількість людей має можливість користуватися електронними послугами.

5. Політична участь громадян за умов е-демократії. Одним із аспектів розвитку е-демократії є залучення громадян до прийняття важливих стратегічних рішень із питань державного та регіонального розвитку. Через ІКТ формується новий тип відносин між політиками і населенням, посилюється довіра громадян до політичних інститутів, піднімається рівень легітимності влади.

Електронна участь громадян у державних справах ґрунтується на трьох елементах: *електронна інформація* (e-information), що передбачає розміщення на веб-сайтах органів влади інформації, що особливо цікава для суспільства; *електронні консультації* (e-consultation), тобто наявність механізмів та інструментів онлайн обговорень важливих для суспільства проблем на сайтах органів влади; *електронні прийняття рішень* (e-decision making) врахування онлайн внеску громадян у процес прийняття рішень, забезпечення постійного зворотного зв'язку).

Отже, політична комунікація в інформаційному суспільстві має свої особливості: вона передбачає обмін політичною інформацією між учасниками політичної системи за допомогою технічних засобів зв'язку та у віртуальній мережі. Позитивним проявами політичної комунікації в інформаційному суспільстві є становлення електронної демократії.

Список використаних джерел:

1. Василевич Ю. В. Інформаційно-комунікаційні технології в політиці: електронна демократія / Ю. В. Василевич // Україна і світ: теоретичні й практичні аспекти сучасного політичного процесу : колективна монографія / кер. кол. авт. і наук.

- ред. д. політ. н., проф. Н. О. Ніколаєнко. – Херсон : Грінь Д. С., 2016. – 520 с. – С. 234–268.
2. Вершинин М. Политические коммуникации в информационном обществе: перспективные направления исследований / М. Вершинин // Актуальные проблемы теории коммуникаций. Сборник научных трудов. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 98–107.
 3. Грицяк Н. В. Електронна демократія як механізм політичної взаємодії : навч.-метод. рек. / Н. В. Грицяк, С. Г. Соловйов. – К. : НАДУ, 2013. – 44 с.
 4. Громадська Н. А. Сучасні особливості політичної комунікації та її прояви в інформаційному суспільстві / Н. А. Громадська, О. В. Акетіна // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»]. Серія : Політологія. – 2014. – Т. 248, Вип. 236. – С. 53–58.
 5. Дрожжинов В. И. Электронная демократия и поддерживающие ее технологии / В. И. Дрожжинов, А. А. Штрик // Технологии информационного общества – Интернет и современное общество: труды VI Всероссийской объединенной конференции (г. Санкт-Петербург, 3–6 ноября 2003 г.). – СПб. : Изд-во филологического ф-та СПбГУ, 2003. – С. 101–110.
 6. Кедді Дж. Електронна демократія: сподівання та проблеми / Джоан Кедді, Крістіан Вергез [та ін.] ; [пер. з англ. С. Соколик, О. Оржель, К. Гомма]. – К. : Центр адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу, 2009. – 164 с.
 7. Клімушин П. С. Електронне урядування в інформаційному суспільстві : монографія / П. С. Клімушин, А. О. Серенок. – Х. : Магістр, 2010. – 312 с.
 8. Мазурок Ю. О. Концепції електронної демократії в зарубіжній політичній думці / Ю. О. Мазурок // Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах «Грані». – 2011. – № 1 (75). – С. 160–164.
 9. Сморгунов Л. В. Политические сети, информационные технологии и публичное управление: переход от концепции «e-Government» к «e-Governance» / Л. В. Сморгунов // Технологии информационного общества – Интернет и

современное общество : труды VIII Всероссийской объединенной конференции (г. Санкт-Петербург, 8–11 ноября 2005 г.). – СПб., 2005. – С. 160–161.

10. United Nations E-Government Survey 2014. – N.-Y. : United Nations, 2014. – 284 p.
11. Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе: перспективные направления исследований [Электронный ресурс] / М. С. Вершинин. – Режим доступа: http://www.russcomm.ru/rca_biblio/v/vershinin02.shtm (20.09.2017). – Заглавие с экрана.
12. Мещеряков В. С. Электронна демократія [Электронный ресурс] / В. С. Мещеряков. – Режим доступа: <http://kds.org.ua/blog/elektronna-demokratiya> (22.09.2017). – Назва з екрану.
13. Міносян А. С. Електронна демократія в сучасному світі: досягнення та проблеми [Електронний ресурс] / А. С. Міносян, Н. В. Чорна, І. П. Коршенова. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Vdnuet/gum/2011_2/Minosan.pdf (26.10.2017). – Назва з екрану.
14. Про схвалення розвитку електронного урядування : розпорядження Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2010 р. № 2250-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2250-2010-%D1%80> (15.10.2017). – Назва з екрану.
15. What is Good Governance? [Electronic resource] // United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific. – URL: <http://www.unescap.org/sites/default/files/good-governance.pdf> (15.10.2017). – Title from the screen.

2. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1

Вступ. Структура та зміст дисципліни. Основні поняття та категорії інформаційної безпеки

1. Поняття інформаційної безпеки. Життєво важливі інтереси особистості, суспільства та держави в інформаційній сфері.
2. Об'єкти і суб'єкти інформаційної безпеки.
3. Складові інформаційної безпеки.
4. Види та властивості інформації як предмета захисту.

Література:

- Кормич Б. Інформаційна безпека: організаційно-правові основи : [навч. посіб.] / Кормич Б. – К. : Кондор, 2004. – 384 с.
- Бурячок В.Л. Політика інформаційної безпеки : підручник / В. Л. Бурячок, Р. В. Гришук, В. О. Хорошко ; за заг. ред. докт. техн. наук, проф. В. О. Хорошка. – К. : Задруга, 2014. – 222 с.
- Юдін О. Інформаційна безпека держави : [навч. посіб.] / О. Юдін, В. Богущ. – Х. : Консул, 2005. – 576 с.
- Гринберг А. С. Защита информационных ресурсов государственного управления : учеб. пособ. / А. С. Гринберг, Н. Н. Горбачев, А. А. Тепляков. – М. : ЮНИТИ, 2003. – 327 с.
- Ємельянов С. Л. Основи інформаційної безпеки : навч. посіб. / С. Л. Ємельянов. – Одеса : Фенікс, 2014. – 357 с.
- Малюк А. А. Введение в информационную безопасность : учеб. пособие для вузов / А. А. Малюк, В. С. Горбатов, В. И. Королёв ; под ред. В.С. Горбатова. – М. : Горячая линия – Телеком, 2011. – 288 с.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2

Місце інформаційної безпеки в системі національної безпеки країни. Концепція інформаційної безпеки

1. Основні напрями національної інформаційної політики:
2. визначення національної безпеки;
3. основні категорії теорії національної безпеки.
4. Доктрина інформаційної безпеки України.
5. Безпека об'єктів інформаційної сфери держави в умовах сьогодення.

Література:

- Данільян О. Г. Національна безпека України: структура та напрямки реалізації : навчальний посібник / О. Г. Данільян, О. П. Дзьобань, М. І. Панов. – Харків : Фоліо, 2002. – 285 с.
- Дубас О. Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті / О. Дубас. – К. : Генеза, 2004. – 208 с.
- Ліпкан В. А. Теоретичні основи та елементи національної безпеки України : монографія / В. А. Ліпкан. – К. : Текст, 2003 – 600 с.
- Ліпкан В. А. Національна безпека України : навчальний посібник [Електронний ресурс] / В. А. Ліпкан. – К. : Кондор, 2008. – 551 с. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/knigi/368-natsionalna-bezpeka-ukrani-lpkan-va.html>
- Харченко Л. Інформаційна безпека України : глосарій / Л. Харченко, В. Ліпка, О. Логінов ; За заг. ред д. юрид. н., проф. Р. Калюжного. – К. : Текст, 2004. – 136 с.
- Основи інформаційного права України : [навч. посіб.] / [В. Цимбалюк, В. Павловський, В. Грищенко та ін.] ; за ред. М. Швеця, Р. Калюжного, П. Мельника. – К. : Знання, 2004. – 274 с.
- Шевчук О.М. Поняття і місце інформаційної безпеки, як об'єкту національної безпеки України. / О.М. Шевчук // Ринкова економіка: Сучасна теорія та практика управління. – 2009. – Т. 12 (Вип. 25) – ч. II. – С. 291–297.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 3

Загрози інформаційній безпеці

1. Види і джерела (внутрішні та зовнішні) загроз інформаційної безпеки.

2. Інформаційні війни: види, форми та характерні ознаки.
3. Інформаційний тероризм.
4. Інформаційна злочинність.
5. Загрози інформаційній безпеці України.

Література:

- Новиков, В.К. Информационное оружие – оружие современных и будущих войн. – М. : Горячая линия – Телеком, 2011. – 264 с.
- Паршакова Е.Д. Информационные войны : учебное пособие. – Краматорск : ДГМА, 2012. – 92 с.
- Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – К. : Ваклер, 2000. – 576 с.
- Крысько В. Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / В. Г. Крысько. – Минск : Харвест, 1999. – 448 с.
- Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій : навч. посіб. / В. М. Петрик, В. В. Остроухов, О. А. Штоквиш та ін. – К. : Росава, 2006. – 208 с.
- Бойченко О. В. Медіа-тероризм: особливості сучасних ознак інформаційній безпеці / О.В. Бойченко // Інтегровані інтелектуальні робототехнічні комплекси (ПРТК-2009) : друга міжнародна наук.-практ. конф. (25–28 травня 2009 р.). – К. : НАУ, 2009. – С. 230–232.
- Цыганов В. В. Медиа-терроризм. Терроризм и средства массовой информации / В. В. Цыганов. – К. : Ника-Центр, 2004. – 124 с.
- Всеукраїнське об'єднання громадян «Всеукраїнська Асоціація «Інформаційна безпека та інформаційні технології». – Режим доступу: <http://www.vaibit.org/>

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 4

Канали витоку інформації

1. Методи порушення конфіденційності, цілісності та доступності інформації.
2. Причини, види, канали витоку і спотворення інформації.
3. Методи та засоби захисту каналів витоку інформації.

Література:

- Юдін О. Інформаційна безпека держави : [навч. посіб.] / О. Юдін, В. Богуш. – Х. : Консул, 2005. – 576 с.
- Ємельянов С. Л. Основи інформаційної безпеки : навч. посіб. / С. Л. Ємельянов. – Одеса : Фенікс, 2014. – 357 с.
- Малюк А. А. Введение в информационную безопасность : учеб. пособие для вузов / А. А. Малюк, В. С. Горбатов, В. И. Королёв ; под ред. В.С. Горбатова. – М. : Горячая линия – Телеком, 2011. – 288 с.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 5**Світовий досвід нормативно-правового забезпечення та стандартизації інформаційної безпеки**

1. Міжнародне законодавство в області інформаційної безпеки.
2. Інформаційна безпека у провідних країнах світу (США, Велика Британія, Німеччина, Франція, Австрія).
3. Правове регулювання Інтернету у країнах Європи, США.

Література:

- Остроухов В. В. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) : підручник / [Остроухов В.В., Петрик В.М., Присяжнюк М.М. та ін. ; за заг. ред. Є.Д.Скулиша]. – К. : КНТ, 2010. – 776 с.
- Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика / Є. А. Макаренко. – К. : Наша культура і наука, 2000. – 368 с.
- Макаренко А. Є. Міжнародні інформаційні відносини : монографія / Є. А. Макаренко. – К. : Наша культура та наука, 2002. – 452 с.
- Філіпенко Д. О. Формування інституційної бази інформаційної політики ЄС / Д. О. Філіпенко. – К., 2003. – 110 с.

- Жукова В. Інформаційна політика ЮНЕСКО у XXI столітті / В. Жукова // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – Вип. 50. – Част. I. – 2004. – С. 149–151.
- Крутских А. К политико-правовым основаниям глобальной информационной безопасности [Электронный ресурс] / А. Крутских – Режим доступа: <http://www.intertrends.ru/thirteen/003.htm#note4>
- Международная информационная безопасность: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mid.ru/nsvnpop.nsf/osn_copy/4D87AA82BA4741A7C325704300315432
- Деньщиков А. Л. Информационная стратегия США (анализ, современность, перспективы) [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... канд. юрид. наук / А. Л. Деньщиков. – Режим доступа : <http://rudocs.exdat.com>.
- Общая политика США в сфере информационной безопасности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.INTUIT.ru>.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 6

Організаційне забезпечення інформаційної безпеки

1. Види захисту інформації та сфера їх дії.
2. Основні напрями забезпечення безпеки інформації та інформаційних ресурсів.
3. Методи забезпечення інформаційної безпеки.
4. Засоби захисту інформації.
5. Інформаційне протиборство як форма забезпечення інформаційної безпеки.

Література:

- Історія інформаційно-психологічного протиборства: підручник / Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева [та ін.] ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. – К. : ВІПОЛ, 2012. – 212 с.
- Остроухов В. В. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) : підручник / [Остроухов В.В., Петрик В.М., Присяжнюк М.М. та ін. ; за заг. ред. Є.Д.Скулиша]. – К. : КНТ, 2010. – 776 с.
- Почепцов Г. Информация & дезинформация / Г. Почепцов. – К. : Ника-центр,

Эльга, 2001. – 256 с.

- Юдін О. Інформаційна безпека держави : [навч. посіб.] / О. Юдін, В. Богуш. – Х. : Консул, 2005. – 576 с.
- Ємельянов С. Л. Основи інформаційної безпеки : навч. посіб. / С. Л. Ємельянов. – Одеса : Фенікс, 2014. – 357 с.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 7

Інформаційна безпека України

1. Національні інтереси України в інформаційній сфері та шляхи їхнього забезпечення. Стан інформаційної безпеки України.
2. Завдання і забезпечення інформаційної безпеки України.
3. Особливості забезпечення інформаційної безпеки України в різних сферах суспільного життя.
4. Міжнародне співробітництво України в галузі забезпечення інформаційної безпеки.

Література:

- Горбулін В.П. Проблеми захисту інформаційного простору України : монографія / В.П. Горбулін, М.М. Биченок. – К. : Інтертехнологія, 2009. – 136 с.
- Данільян О. Г. Національна безпека України: структура та напрямки реалізації : навчальний посібник / О. Г. Данільян, О. П. Дзьобань, М. І. Панов. – Харків : Фоліо, 2002. – 285 с.
- Дубас О. Інформаційний розвиток сучасної України у світовому контексті / О. Дубас. – К. : Генеза, 2004. – 208 с.
- Карпенко В. Антиукраїнські тенденції в українській державі / В. Карпенко. – К. : Київська книжкова фабрика, 2001. – 112 с.
- Харченко Л. Інформаційна безпека України : глосарій / Л. Харченко, В. Ліпка, О. Логінов ; За заг. ред д. юрид. н., проф. Р. Калюжного. – К. : Текст, 2004. – 136 с.
- Основи інформаційного права України : [навч. посіб.] / [В. Цимбалюк,

В. Павловський, В. Грищенко та ін.] ; за ред. М. Швеця, Р. Калюжного, П. Мельника. – К. : Знання, 2004. – 274 с.

- Офіційне представництво Президента України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.president.gov.ua/
- Офіційний портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua/

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 8

Нормативно-правова база інформаційної безпеки України

1. Нормативно-правові основи захисту інформації в Україні (Закон України «Про інформацію», Закон України «Про доступ до публічної інформації», Закон України «Про захист персональних даних» тощо).
2. Правові основи захисту інформації із використанням застосування технічних засобів.
3. Призначення і задачі в сфері забезпечення інформаційної безпеки на рівні держави.

Література:

- Брикайло Л. Ф. Системи інформаційно-правового забезпечення ЛІГА:ЗАКОН : навчальний посібник. – К. : ЛІГА ЗАКОН, 2011. – 236 с.
- Голобуцький О. П. E-Ukraine. Інформаційне суспільство: бути чи не бути / О. П. Голобуцький, О. Б Шевчук. – К. : Атлант UMS, 2001. – 104 с.
- Тарасенко Р. Б. Інформаційне право : навчально-методичний посібник / Р. Б. Тарасенко ; Луган. держ. ун-т внутр. справ ім. Е. О. Дідоренка. – Луганськ : РВВ ЛДУВС ім. Е. О. Дідоренка, 2010. – 512 с.
- Про інформацію : закон України від 2 жовтня 1992 року № 2657-ХІІ // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1992. – № 48. – Ст. 650.
- Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах : закон України від 5 липня 1994 № 80/94-ВР // ВВР. – 1994. - № 31. – Ст. 286.
- Про Концепцію Національної програми інформатизації : закон України від

4 лютого 1998 року № 75/98-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1998. – № 27–28. – Ст. 182.

- Про Національну програму інформатизації : закон України від 4 лютого 1998 року № 74/98-ВР // Відомості ВР України. – 1998. – № 27–28. – Ст. 181.
- Про основи національної безпеки України : закон України від 19 червня 2003 року № 964-IV // Відомості ВР України. – 2003. – № 39. – Ст. 351.
- Рекомендації парламентських слухань з питань розвитку інформаційного суспільства в Україні : постанова Верховної Ради України від 1 грудня 2005 року // Відомості ВР України. – 2006. – № 15. – Ст. 131.
- Про захист персональних даних : закон України від 1 червня 2010 року № 2297-VI // ВВР. – 2010. – № 34. – Ст. 481.
- Про доступ до публічної інформації : закон України від 13 січня 2011 року № 2939-VI // ВВР. – 2011. – № 32. – Ст. 314.
- Про заходи щодо вдосконалення формування та реалізації державної політики у сфері інформаційної безпеки України [Електронний ресурс] : рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2014 року. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/n0004525-14>

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 9

Політична комунікація: поняття, сутність, функції

1. Підходи до визначення дефініції «політична комунікація».
2. Структура політичної комунікації.
3. Рівні політичної комунікації.
4. Функції політичної комунікації.

Література:

1. Бебик В. М. Політологія: теорія, методологія, практика : підручник / В. М. Бебик. – К. : Вид-во МАУП, 1997. – 248 с.
2. Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе. –

СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. – 253 с.

3. Грачев М. Н. Политические коммуникации и коммуникационное измерение политики / М. Н. Грачев // «Новая» Россия: политическое знание и политологическое образование : материалы межвузовской научной конференции (1–2 декабря 2000 г., Москва). – М., 2000. – С. 36–41.
4. Кіслов Д. В. Кадрова комунікація і безпека комунікацій // Державне управління та державна служба зайнятості. – К., 2008. – С. 320–334.
5. Крос Кетлін, Гакет Роберт. Політична комунікація і висвітлення новин у демократичних суспільствах = Political Communication and the News Media in Democracies : Competing Perspectives / Кетлін Крос, Роберт Гакет ; пер. з англ. Р. Ткачук. – К. : Основи, 2000. – 142 с.
6. Остапенко М. Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження / Марина Остапенко // Політичний менеджмент. – 2012. – № 3. – С. 135–144.
7. Проблематика політичної комунікації // Політична наука в Україні. 1991–2016 : у 2 т. Т. 2. Теоретико-методологічні засади і концептуальні підсумки вітчизняних досліджень / НАН України, Ін-т політ. і етнонац. досліджень ім. І. Ф. Кураса; редкол.: чл.-кор. НАН України О. Рафальський (голова), д-р політ. наук М. Кармазіна, д-р іст. наук О. Майборода ; відп. ред. і упоряд. О. Майборода. – К. : Парлам. вид-во, 2016. – 704 с. – С. 493–540.
8. Політичний енциклопедичний словник / за ред. Ю. С. Шемшученка, В. Д. Бабкіна. – К. : Генеза, 2004. – 736 с.
9. Товмаш Д. А. Політична комунікація: сутність та специфіка / Д. А. Товмаш // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Філософія. Політологія. – 2006. – Вип. 76–79. – С. 95–98.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 10

Класичні теорії політичної комунікації. Моделі політичної комунікації

1. Етапи формування теорії політичної комунікації.
2. Мікрорівневі теорії політичної комунікації.
3. Модель політичної комунікації Г. Лассуела.

4. Модель політичної комунікації Шеннона-Вівера.
5. Інтерактивна модель політичної комунікації.
6. Моделі політичної комунікації в системі в системі «керуючий – керований».
7. «Спіраль мовчання» Е. Ноель-Нойман.

Література:

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции : учебное пособие / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект-Пресс, 2005. – 176 с.
2. Бодрунова С. Современные стратегии британской политической коммуникации / Светлана Бодрунова. – М. : КМК, 2010. – 424 с.
3. Дойч К. Нервы управления: модели политической коммуникации и контроля / Карл Дойч. – М. : Прогресс, 1963. – 387 с.
4. Макаренко Л. П. Теоретичні засади ролі політичної комунікації в сучасній політичній системі / Л. П. Макаренко // Гілея: науковий вісник. – 2016. – Вип. 110. – С. 343–348.
5. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Деніс Мак-Квейл. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.
6. Остапенко М. Політична комунікація: теоретичні аспекти дослідження / Марина Остапенко // Політичний менеджмент. – 2012. – № 3. – С. 135–144.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 11

Лінгвістичні особливості політичного дискурсу

1. Політична мова та її підсистеми.
2. Стиль та жанри політичної мови.
3. Політична сфера комунікації і її різновиди.

Література:

1. Коваленко А. М. Політична мова як засіб політичної комунікації / А. М. Коваленко // Нова філологія. – 2014. – № 60. – С. 81–84.
2. Нагорна Л. П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної

- лінгвістики / Л. П. Нагорна. – К. : Світогляд, 2005. – 315 с.
3. Петренко В. В. Політична мова чи політичний дискурс? / В. В. Петренко // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка: Сер. Філософія. Політологія. – 09/2006. – № 81/83. – С. 124–126.
 4. Петренко В. В. Політична мова як засіб маніпулятивного впливу : автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / Вікторія Василівна Петренко ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2003. – 17 с. – укр.
 5. Політологія : навчальний енциклопедичний словник-довідник для студентів ВНЗ I–IV рівнів акредитації / за наук. ред. д-ра політ. наук Н. М. Хоми [В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]. – Львів : «Новий Світ – 2000», 2014. – 779 с.
 6. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учебное пособие / А. П. Чудинов. – [2-е изд., испр.]. – М. : Флинта, Наука, 2007. – 256 с.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 12

Політико-комунікативні кампанії немаркетингового типу. Маркетингові способи організації політичної комунікації

1. Комунікаційні технології в інформаційному просторі.
2. Пропаганда як засіб політичної комунікації.
3. Типи політичної пропаганди.
4. Сутність і зміст агітації в політиці.
5. Маркетингові технології комунікаційного акту.

Література:

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка PR / В. М. Бебик. – К. : МАУП, 2005. – 440 с.
2. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход / Джон Бернет, Сандра Мориарти ; пер. с англ. Н. Габенов, В. Кузин. – СПб. : Питер,

2001. – 860 с.
3. Бокач В. М. Політична реклама та паблік рилейшнз в контексті гармонізації політичних відносин / В. М. Бокач // Актуальні проблеми політики. – 2015. – Вип. 55. – С. 166–172.
 4. Донсбах В. Зміст, використання та вплив політичної комунікації / В. Донсбах // Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження / за ред. Р. Блюма, М. Герольд, В. Іванова, В. Різуна. – К., 2001. – С. 144–176.
 5. Леонтьєва Л. Є. Пропаганда як інформаційно-психологічний складник політичних процесів / Л. Є. Леонтьєва ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – К., 2004. – 298 с.
 6. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием : учебное пособие / С. Г. Кара-Мурза. – К. : Оріяни, 2003. – 500 с.
 7. Ольшанский Д. Политический PR / Д. Ольшанский. – СПб. : Питер, 2003. – 544 с.
 8. Павлов Д. Політична пропаганда: до визначення поняття / Д. Павлов // Гілея: науковий вісник. – 2013. – Вип. 79. – С. 328–331.
 9. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навчальний посібник / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2004. – 373 с.
 10. Примак Т. О. Маркетингові комунікації : навчальний посібник / Т. О. Примак. – К. : Ельга, Ніка-Центр, 2003. – 280 с.
 11. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління / І. Ю. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001. – 104 с.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 13

Політична комунікація в інформаційному суспільстві.

Е-демократія

1. Взаємозв'язок політики та Інтернет-простору.
2. Концептуальні засади електронної демократії.
3. Перепони на шляху розвитку електронної демократії.
4. Електронний уряд та електронне урядування.

5. Політична участь громадян за умов е-демократії.

Література:

1. Буданова О. Б. Політична комунікація в мережевому суспільстві / О. Б. Буданова // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. – 2001. – № 527. – С. 56–59.
2. Буданова О. Б. Роль та можливості розвитку сучасних політичних інтернет-комунікацій / О. Б. Буданова // Історія, проблеми та необхідні умови становлення громадянського суспільства в Україні : збірник тез доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів, 2015. – С. 19–24.
3. Василевич Ю. В. Інформаційно-комунікаційні технології в політиці: електронна демократія / Ю. В. Василевич // Україна і світ: теоретичні й практичні аспекти сучасного політичного процесу : колективна монографія / кер. кол. авт. і наук. ред. д. політ. н., проф. Н. О. Ніколаєнко. – Херсон : Грінь Д. С., 2016. – 520 с. – С. 234–268.
4. Вершинин М. Политические коммуникации в информационном обществе: перспективные направления исследований / М. Вершинин // Актуальные проблемы теории коммуникаций. Сборник научных трудов. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 98–107.
5. Грицяк Н. В. Електронна демократія як механізм політичної взаємодії : навч.-метод. рек. / Н. В. Грицяк, С. Г. Соловійов. – К. : НАДУ, 2013. – 44 с.
6. Громадська Н. А. Сучасні особливості політичної комунікації та її прояви в інформаційному суспільстві / Н. А. Громадська, О. В. Акетіна // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»]. Серія : Політологія. – 2014. – Т. 248, Вип. 236. – С. 53–58.
7. Кедді Дж. Електронна демократія: сподівання та проблеми / Джоан Кедді, Крістіан Вергез [та ін.] ; [пер. з англ. С. Соколик, О. Оржель, К. Гомма]. – К. : Центр адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу, 2009. –

164 с.

8. Клімушин П. С. Електронне урядування в інформаційному суспільстві : монографія / П. С. Клімушин, А. О. Серенок. – Х. : Магістр, 2010. – 312 с.
9. Мазурок Ю. О. Концепції електронної демократії в зарубіжній політичній думці / Ю. О. Мазурок // Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах «Грані». – 2011. – № 1 (75). – С. 160–164.
10. Недбай В. В. Сучасні політичні комунікації: медійно-технологічний аспект / В. В. Недбай. – Одеса : Фенікс, 2009. – 328 с.
11. Політична лексика сучасного українського політика і громадянина : енциклопедичний словник-довідник / укладач В. М. Піча ; наук. ред. Л. Д. Климанської, Я. Б. Турчин, Н. М. Хоми [колектив авторів: І. В. Алексеєнко, О. І. Романюк, М. В. Школяр та ін.]. – Львів : «Магнолія 2006», 2017. – 438 с.
12. Політологія : навчальний енциклопедичний словник-довідник для студентів ВНЗ I–IV рівнів акредитації / за наук. ред. д-ра політ. наук Н. М. Хоми [В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]. – Львів : «Новий Світ – 2000», 2014. – 779 с.
13. Саркісова К. Електронна демократія як форма політичної комунікації в сучасному суспільстві / К. Саркісова // Політичний менеджмент. – 2007. – №1 (22). – С. 66–74.
14. Тоффлер Елвін. Третя Хвиля / Елвін Тоффлер ; пер. з англ. А. Євса. – К. : Всесвіт, 2000. – 475 с.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 14

Комунікації в кризових ситуаціях

1. Особливості і типи кризових комунікацій.
2. Кризовий комунікаційний менеджмент.
3. Спін-докторинг у політиці.
4. Е-демократія як засіб боротьби з кризою довіри до політичної системи.

Література:

1. Карпчук Н., Юськів Б. Вплив російської пропаганди на формування іміджу української влади // Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. – 2020.
2. Запорожець О. Ю. Кризові комунікації у міжнародних відносинах : навчальний посібник / О. Ю. Запорожець. – К. : ІМВ, 2009. – 75 с.
3. Запорожець О. Ю. Кризовий комунікативний менеджмент у сфері міжнародних відносин : монографія / О. Ю. Запорожець. – К.: Центр вільної преси, 2006. – 102 с.
4. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті : курс лекцій / Г. В. Осовська. – Житомир : ЖІТІ, 2000. – 336 с.
5. Міжнародна інформація та суспільні комунікації : навч. посіб. для студ. закл. вищ. освіти. – Луцьк , 2018. – 514 с. <http://esnuir.eenu.edu.ua/handle/123456789/14600>
6. Політологія : навчальний енциклопедичний словник-довідник для студентів ВНЗ I–IV рівнів акредитації / за наук. ред. д-ра політ. наук Н. М. Хоми [В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]. – Львів : «Новий Світ – 2000», 2014. – 779 с.
7. Руднева В. Ю. Використання технологій «спін-доктор» в діяльності зовнішньополітичних установ та відомств / В. Ю.Руднева // Менеджмент за умов трансформаційних інновацій: виклики, реформи, досягнення : матеріали міжнародної наукової конференції (м. Суми, 10–12 травня 2007 р.) : у 2 ч. – Ч. 2. – С. 128–131.
8. Яковлев Д. В. Політична взаємодія як комунікативний процес: медіатизація, демократизація, раціоналізація : монографія / Д. В. Яковлев. – Одеса : Астропринт, 2009. – 288 с.
9. Митко А. М. Використання спіндокторінгу в країнах світу як протидія інформаційній демократії [Електронний ресурс] / Антоніна Миколаївна Митко. – Режим доступу: <http://gisar.eu/ru/node/1504> (30.09.2017). – Назва з екрану.

- Б) передавання мовних повідомлень;
- В) покачування голови на знак згоди чи незгоди;
- Г) жести.

6. На якому з етапів процесу комунікації отримувач інформації переводить символи відправника в свої думки?

- А) зародження ідеї;
- В) передача;
- Б) кодування;
- Г) декодування.

7. Маніпулювання громадською думкою за рахунок надання слова представникам меншості чи замовчування думок більшості є змістом такої соціологічної моделі комунікації:

- А) двоступенева модель;
- В) модель дифузної теорії;
- Б) спіраль мовчання;
- Г) модель брамника;

8. Реалізація комунікації з прогнозованою і контрольованою реакцією населення є особливістю:

- А) сучасної моделі комунікації;
- В) іміджевої моделі комунікації;
- Б) пропагандистської моделі комунікації;
- Г) психологічної моделі комунікації.

9. Підтримка й сприяння політиці уряду та служіння державі лежить в основі такої концепції діяльності засобів масової комунікації:

- А) тоталітарної;
- В) «правової концепції»;
- Б) авторитарної;
- Г) соціальної відповідності преси

10. Управління свідомістю та поведінкою людей у певних політичних, соціальних і економічних інтересах правлячої еліти:

- А) маніпулювання;
- В) рекламування;
- Б) імідж;
- Г) ідеологічна «обробка».

11. Бездоказове нав'язування суспільству негативних (із погляду більшості) оцінних категорій із метою компрометації певних суб'єктів політики (партій, індивідів) як спосіб маніпулювання:

- А) брехня;
- В) напівправда;
- Б) замовчування;
- Г) навішування ярликів.

12. Функцію моніторингу повідомлень засобів масової комунікації та оперативного реагування на негативні випадки конкурентів виконує:

- А) прес-служба;
- В) фахівець із PR;
- Б) іміджмейкер;
- Г) інформаційний менеджер.

13. Регулярна організація зустрічей із журналістами в одному місці, в один і той же час:

- А) прес-конференція;
- В) прийом;
- Б) брифінг;
- Г) прес-реліз.

14. Які основні мотиви приховуються у виступах лідерів?

- А) мотив праці, мотив безпеки, мотив визнання;
- Б) мотив влади, мотив досягнень, мотив аффіліації (приєднання, прийняття);
- В) мотив самореалізації, соціальна значимість процесії, можливість допомогти іншим людям;
- Г) огудити противника.

15. У період яких подій політичну рекламу вперше використали на телебаченні?

- А) під час президентської виборчої кампанії Д. Кеннеді в 1960 р.;
- Б) під час президентської виборчої кампанії Д. Ейзенхауера в 1952 р.;
- В) під час президентської виборчої кампанії Теодор Хойс в 1949 р.;
- Г) під час президентської виборчої кампанії Шарля де Голля в 1958 р.

16. Яка із перерахованих нижче форм відноситься до непрямой політичної реклами?

- А) листівка;
- Б) рекламні ролики в електронних ЗМІ;
- В) акції благодійного змісту, що проводяться кандидатом або від його імені;
- Г) адресні письмові звернення (direct-mail).

17. Позначити жанр друкованої політичної реклами:

- А) листівка;
- Б) спот;
- В) політичний коментар;
- Г) «замінені виступи».

18. Що з наведеного нижче відносять до технологій групової та міжособистісної комунікації в політичних кампаніях?

- А) мітинги, зустрічі з виборцями, політичні дебати, телевізійні політичні ролики;
- Б) політичні дебати, адресна та безадресна розсилка, кампанія «від дверей до дверей»;
- В) мітинги, зустрічі з виборцями, кампанії «з дверей у двері»;
- Г) збір підписів, мітинги, зустрічі з виборцями.

19. До форм політичної PR- комунікації в пресі відносять:

- А) журналістські публікації, підготовлені на основі матеріалів, що надійшли від PR-служб (інтерв'ю, політичні портрети, портретні нариси), програмні документи та виступи (промови, звернення, дискусійні матеріали) політиків;
- Б) програмні документи, об'яви, політичні листівки, політичні портрети;
- В) інтерв'ю, публікації в формі традиційних журналістських жанрів, звернення політиків;
- Г) журналістські публікації, підготовлені на основі матеріалів, що надійшли від PR-служб (інтерв'ю, політичні портрети, портретні нариси), політичні листівки, об'яви.

20. До форм політичної PR- комунікації на телебаченні відносять:

- А) виступи кандидатів, політичні дебати, сюжети в новинах, відеокліпи, відеофільми;
- Б) виступи кандидатів, політичні дебати, відеофільми;
- В) політичні дебати, ролики, відеофільми, рекламні телепередачі;
- Г) політичні дебати, виступи кандидатів, сюжети в новинах, участь в аналітичних програмах.

21. У книзі «Реальність мас-медіа» німецький соціолог Ніклас Луман (1927–1998) відстоює думку, що суспільна функція мас-медіа полягає в:

- А) формуванні соціальних стереотипів сприйняття і поведінки;
- Б) створенні корпоративної пам'яті у формі мозаїчності та співпричетності;
- В) маніпулюванні суспільною свідомістю;
- Г) інформування про події та умови життя в суспільстві та в світі.

22. Американський політолог Гарольд Лассуел (1902–1978) стверджував, що діяльність ЗМІ спрямована на:

- А) примушення громадян до виконання певних політичних настанов;
- Б) приховане маніпулювання свідомістю громадян;
- В) спонукання людей до певних політичних дій чи до соціальної бездіяльності;
- Г) політичну просвіту суспільства й усвідомлення ним інтересів у сфері політики.

23. Інфлуентальний рівень інформаційно-комунікативних процесів, на думку канадського вченого Дж. Томсона, розкриває:

- А) ступінь ефективності поширення інформації ЗМІ;
- Б) здатність окремого індивіда до засвоєння інформації;
- В) ступінь впливу інформації на людську свідомість;
- Г) соціально-політичні відносини в конкретній державі.

24. У відповідності з яким із чотирьох аспектів політичної комунікації, що виділяє

сучасний французький політолог Роже-Жерар Шварценберг, комунікаційні системи можна розділити на монологічні та діалогічні?

- А) гомогенність інформації, що передається;
- Б) мобільність передачі інформації;
- В) об'єм інформації, що передається;
- Г) направленість інформації, що передається.

25. Позначити спосіб політичної комунікації, що є зайвим у переліку, який запропонував німецький соціолог і політолог ХХ ст. Карл Дойч:

- А) комунікація через ЗМІ;
- Б) комунікація через організації, партії, групи тиску;
- В) комунікація через Інтернет;
- Г) комунікація через неофіційні контакти, приватні комунікативні ситуації та дії.

26. Англійський дослідник Даррен Дж. Ліллекер вважає, що термін «спін-доктор» походить не з наукової сфери а зі спорту, зокрема, бейсболу. Сучасна теорія політичної комунікації вважає цей термін синонімічним поняттю:

- А) прес-секретар;
- Б) менеджер зі зв'язків зі ЗМІ
- В) спічрайтер;
- Г) іміджмейкер.

27. Комунікативна концепція влади німецького філософа і соціолога Юргена Хабермаса в якості одного з основних засобів гармонізації соціально-політичних відносин розглядає:

- А) політичний дискурс;
- Б) політичний компроміс;
- В) політичний консенсус;
- Г) політичні дебати.

28. У чому полягає специфіка політичного анекдоту?

- А) відображає сюжети реальних політичних подій;
- Б) живе стільки, скільки існує конкретна політична система;
- В) характер політичного режиму можна оцінити за дотепністю анекдоту;

Г) добре відомий більшості носіїв мови.

29. Позначити синтетичні форми політичної комунікації:

А) політичний міф, політичний стереотип;

Б) «чорний» піар, «білий» піар;

В) політична реклама, бренд;

Г) політичний анекдот, політичні чутки та плітки.

30. Що передбачає така політична технологія як «блокування тексту»?

А) політичну цензуру;

Б) диктат споживача;

В) використання художніх текстів із метою політичного зиску, кон'юнктури;

Г) зміна змісту та ідеологічний переклад.

31. Позначити твердження, що розкриває зміст поняття «лінгвістична депривація»:

А) виключення з політичного лексикону окремих понять і термінів;

Б) введення в політичний лексикон таких термінів, які б закріпили штучно задані смисл і акценти в трактуванні подій;

В) концентрація громадської уваги на малозначимих подіях;

Г) підрив довіри громадськості до контрпропаганди.

32. У чому сутність такої пропагандистської політичної технології як «наклейка ярликів»?

А) використання для підсилення популярності кандидата чи партії імен тих знаменитостей, котрі їм співчують;

Б) надання особистості чи ідеї образливого прізвиська, що підриває їхній авторитет;

В) оперування звичними, банальними істинами;

Г) досягнення бажаної реакції навіюванням думки про її загальноновизнаність.

33. Серед перших прикладів використання терміну «піар» називають:

- А) послання до Конгресу Т. Джефферсона в 1807 р.;
- Б) звернення Дормана Ідона до випускників Єльського університету в 1882 р.;
- В) книгу Едварда Бернайза «Кристалізація суспільної думки» (1923 р.);
- Г) працю Уолтера Ліппмана «Громадська думка» (1922 р.).

34. Ким у 1622 р. був вперше вжитий термін «пропаганда»?

- А) Жаном Боденом;
- Б) Томасом Гоббсом;
- В) римським папою Григорієм XV;
- Г) Нікколо Макіавеллі.

35. Позначити зайвий елемент у переліку елементів Дарена Дж. Ліллеркер, які він поклав в основу пропагандистських технологій:

- А) риторика;
- Б) міф;
- В) логіка;
- Г) символізм.

36. Позначити твердження, що розкриває зміст поняття «чорний піар»:

- А) негативна інформація про політичних конкурентів без вказівки вірних джерел інформації;
- Б) негативна інформація про політичних конкурентів із посиланням на Інтернет;
- В) негативна інформація про політичних конкурентів із вказівкою вірних джерел інформації;
- Г) негативна інформація про політичних конкурентів, що поширюється кулуарно.

37. Руморологія – це:

- А) наука про знаки;
- Б) наука про чутки;
- В) наука про символи;
- Г) наука про поведінку.

38. У якому році лідери «сімки» найбільш розвинених держав світу прийняли один із перших міжнародно-правових актів, яким зроблено спробу накреслити основні принципи і шляхи формування та розвитку інформаційного суспільства – «Хартію

- А) інформативна;
- В) соціальна;
- Б) експресивна;
- Г) прагматична.

4. Позначити твердження, що розкриває зміст поняття «політична комунікація» за Роже-Жераром Шварценбергом:

- А) процес передачі інформації від політичної до соціальної системи через ЗМІ;
- Б) процес циркуляції політичної інформації між різними елементами політичної системи, між політичною та соціальною системами;
- В) процес передачі політичної інформації від комунікатора до реципієнта;
- Г) процес циркуляції політичної інформації між політичними акторами.

5. Вербальний канал комунікації реалізується через:

- А) міміку;
- Б) передавання мовних повідомлень;
- В) покачування голови на знак згоди чи незгоди;
- Г) жести.

6. На якому з етапів процесу комунікації отримувач інформації переводить символи відправника в свої думки?

- А) зародження ідеї;
- В) передача;
- Б) кодування;
- Г) декодування.

7. Маніпулювання громадською думкою за рахунок надання слова представникам меншості чи замовчування думок більшості є змістом такої соціологічної моделі комунікації:

- А) двоступенева модель;
- В) модель дифузної теорії;
- Б) спіраль мовчання;
- Г) модель брамника;

8. Реалізація комунікації з прогнозованою і контрольованою реакцією населення є особливістю:

- А) мотив праці, мотив безпеки, мотив визнання;
- Б) мотив влади, мотив досягнень, мотив аффіліації (приєднання, прийняття);
- В) мотив самореалізації, соціальна значимість процесії, можливість допомогти іншим людям;
- Г) огудити противника.

15. У період яких подій політичну рекламу вперше використали на телебаченні?

- А) під час президентської виборчої кампанії Д. Кеннеді в 1960 р.;
- Б) під час президентської виборчої кампанії Д. Ейзенхауера в 1952 р.;
- В) під час президентської виборчої кампанії Теодор Хойс в 1949 р.;
- Г) під час президентської виборчої кампанії Шарля де Голля в 1958 р.

16. Яка із перерахованих нижче форм відноситься до непрямой політичної реклами?

- А) листівка;
- Б) рекламні ролики в електронних ЗМІ;
- В) акції благодійного змісту, що проводяться кандидатом або від його імені;
- Г) адресні письмові звернення (direct-mail).

17. Позначити жанр друкованої політичної реклами:

- А) листівка;
- В) політичний коментар;
- Б) спот;
- Г) «замінені виступи».

18. Що з наведеного нижче відносять до технологій групової та міжособистісної комунікації в політичних кампаніях?

- А) мітинги, зустрічі з виборцями, політичні дебати, телевізійні політичні ролики;
- Б) політичні дебати, адресна та безадресна розсилка, кампанія «від дверей до дверей»;
- В) мітинги, зустрічі з виборцями, кампанії «з дверей у двері»;
- Г) збір підписів, мітинги, зустрічі з виборцями.

19. До форм політичної PR-комунікації в пресі відносять:

- А) журналістські публікації, підготовлені на основі матеріалів, що надійшли від PR-служб (інтерв'ю, політичні портрети, портретні нариси), програмні документи та виступи (промови, звернення, дискусійні матеріали) політиків;
- Б) програмні документи, об'яви, політичні листівки, політичні портрети;
- В) інтерв'ю, публікації в формі традиційних журналістських жанрів, звернення політиків;
- Г) журналістські публікації, підготовлені на основі матеріалів, що надійшли від PR-служб (інтерв'ю, політичні портрети, портретні нариси), політичні листівки, об'яви.

20. До форм політичної PR-комунікації на телебаченні відносять:

- А) виступи кандидатів, політичні дебати, сюжети в новинах, відеокліпи, відеофільми;
- Б) виступи кандидатів, політичні дебати, відеофільми;
- В) політичні дебати, ролики, відеофільми, рекламні телепередачі;
- Г) політичні дебати, виступи кандидатів, сюжети в новинах, участь в аналітичних програмах.

21. У книзі «Реальність мас-медіа» німецький соціолог Ніклас Луман (1927–1998) відстоює думку, що суспільна функція мас-медіа полягає в:

- А) формуванні соціальних стереотипів сприйняття і поведінки;
- Б) створенні корпоративної пам'яті у формі мозаїчності та співпричетності;
- В) маніпулюванні суспільною свідомістю;
- Г) інформування про події та умови життя в суспільстві та в світі.

22. Американський політолог Гарольд Лассуел (1902–1978) стверджував, що діяльність ЗМІ спрямована на:

- А) примушення громадян до виконання певних політичних настанов;

- Б) приховане маніпулювання свідомістю громадян;
- В) спонукання людей до певних політичних дій чи до соціальної бездіяльності;
- Г) політичну просвіту суспільства й усвідомлення ним інтересів у сфері політики.

23. Інфлуентальний рівень інформаційно-комунікативних процесів, на думку канадського вченого Дж. Томсона, розкриває:

- А) ступінь ефективності поширення інформації ЗМІ;
- Б) здатність окремого індивіда до засвоєння інформації;
- В) ступінь впливу інформації на людську свідомість;
- Г) соціально-політичні відносини в конкретній державі.

24. У відповідності з яким із чотирьох аспектів політичної комунікації, що виділяє сучасний французький політолог Роже-Жерар Шварценберг, комунікаційні системи можна розділити на монологічні та діалогічні?

- А) гомогенність інформації, що передається;
- Б) мобільність передачі інформації;
- В) об'єм інформації, що передається;
- Г) направленість інформації, що передається.

25. Позначити спосіб політичної комунікації, що є зайвим у переліку, який запропонував німецький соціолог і політолог ХХ ст. Карл Дойч:

- А) комунікація через ЗМІ;
- Б) комунікація через організації, партії, групи тиску;
- В) комунікація через Інтернет;
- Г) комунікація через неофіційні контакти, приватні комунікативні ситуації та дії.

26. Англійський дослідник Даррен Дж. Ліллекер вважає, що термін «спін-доктор» походить не з наукової сфери а зі спорту, зокрема, бейсболу. Сучасна теорія

політичної комунікації вважає цей термін синонімічним поняттю:

- А) прес-секретар;
- В) спічрайтер;
- Б) менеджер зі зв'язків зі ЗМІ
- Г) іміджмейкер.

27. Комунікативна концепція влади німецького філософа і соціолога Юргена Хабермаса в якості одного з основних засобів гармонізації соціально-політичних відносин розглядає:

- А) політичний дискурс;
- В) політичний консенсус;
- Б) політичний компроміс;
- Г) політичні дебати.

28. У чому полягає специфіка політичного анекдоту?

- А) відображає сюжети реальних політичних подій;
- Б) живе стільки, скільки існує конкретна політична система;
- В) характер політичного режиму можна оцінити за дотепністю анекдоту;
- Г) добре відомий більшості носіїв мови.

29. Позначити синтетичні форми політичної комунікації:

- А) політичний міф, політичний стереотип;
- Б) «чорний» піар, «білий» піар;
- В) політична реклама, бренд;
- Г) політичний анекдот, політичні чутки та плітки.

30. Що передбачає така політична технологія як «блокування тексту»?

- А) політичну цензуру;
- Б) диктат споживача;
- В) використання художніх текстів із метою політичного зиску, кон'юнктури;
- Г) зміна змісту та ідеологічний переклад.

31. Позначити твердження, що розкриває зміст поняття «лінгвістична депривація»:

- А) виключення з політичного лексикону окремих понять і термінів;

- А) негативна інформація про політичних конкурентів без вказівки вірних джерел інформації;
- Б) негативна інформація про політичних конкурентів із посиланням на Інтернет;
- В) негативна інформація про політичних конкурентів із вказівкою вірних джерел інформації;
- Г) негативна інформація про політичних конкурентів, що поширюється кулуарно.

37. Руморологія – це:

- А) наука про знаки;
- Б) наука про чутки;
- В) наука про символи;
- Г) наука про поведінку.

38. У якому році лідери «сімки» найбільш розвинених держав світу прийняли один із перших міжнародно-правових актів, яким зроблено спробу накреслити основні принципи і шляхи формування та розвитку інформаційного суспільства – «Хартію глобального інформаційного суспільства»?

- А) 2000 р.;
- Б) 2005 р.;
- В) 2010 р.;
- Г) 2015 р.

39. Позначити сферу взаємин, що не належить до основних моделей електронного уряду:

- а) державні служби-громадяни;
- б) держава-недержавні організації;
- в) держава-бізнес;
- г) держава-держава.

40. Країна-піонер у застосуванні інструментів електронної демократії, а саме використання системи віддаленого голосування для проведення інтернет-виборів до парламенту:

- А) Естонія;
- Б) Велика Британія;
- В) Сінгапур;
- Г) США.

Варіант 3.

меншості чи замовчування думок більшості є змістом такої соціологічної моделі комунікації:

- А) двоступенева модель; В) модель дифузної теорії;
 Б) спіраль мовчання; Г) модель брамника;

8. Реалізація комунікації з прогнозованою і контрольованою реакцією населення є особливістю:

- А) сучасної моделі комунікації; В) іміджевої моделі комунікації;
 Б) пропагандистської моделі комунікації; Г) психологічної моделі комунікації.

9. Підтримка й сприяння політиці уряду та служіння державі лежить в основі такої концепції діяльності засобів масової комунікації:

- А) тоталітарної; В) «правової концепції»;
 Б) авторитарної; Г) соціальної відповідності преси

10. Управління свідомістю та поведінкою людей у певних політичних, соціальних і економічних інтересах правлячої еліти:

- А) маніпулювання; В) рекламування;
 Б) імідж; Г) ідеологічна «обробка».

11. Бездоказове нав'язування суспільству негативних (із погляду більшості) оцінних категорій із метою компрометації певних суб'єктів політики (партій, індивідів) як спосіб маніпулювання:

- А) брехня; В) напівправа;
 Б) замовчування; Г) навішування ярликів.

12. Функцію моніторингу повідомлень засобів масової комунікації та оперативного реагування на негативні випадки конкурентів виконує:

- А) прес-служба; В) фахівець із PR;
 Б) іміджмейкер; Г) інформаційний менеджер.

13. Регулярна організація зустрічей із журналістами в одному місці, в один і той же час:

- А) прес-конференція; В) прийом;
 Б) брифінг; Г) прес-реліз.

14. Які основні мотиви приховуються у виступах лідерів?

- А) мотив праці, мотив безпеки, мотив визнання;
- Б) мотив влади, мотив досягнень, мотив аффіліації (приєднання, прийняття);
- В) мотив самореалізації, соціальна значимість процесії, можливість допомогти іншим людям;
- Г) огудити противника.

15. У період яких подій політичну рекламу вперше використали на телебаченні?

- А) під час президентської виборчої кампанії Д. Кеннеді в 1960 р.;
- Б) під час президентської виборчої кампанії Д. Ейзенхауера в 1952 р.;
- В) під час президентської виборчої кампанії Теодор Хойс в 1949 р.;
- Г) під час президентської виборчої кампанії Шарля де Голля в 1958 р.

16. Яка із перерахованих нижче форм відноситься до непрямой політичної реклами?

- А) листівка;
- Б) рекламні ролики в електронних ЗМІ;
- В) акції благодійного змісту, що проводяться кандидатом або від його імені;
- Г) адресні письмові звернення (direct-mail).

17. Позначити жанр друкованої політичної реклами:

- А) листівка;
- В) політичний коментар;
- Б) спот;
- Г) «замінені виступи».

18. Що з наведеного нижче відносять до технологій групової та міжособистісної комунікації в політичних кампаніях?

- А) мітинги, зустрічі з виборцями, політичні дебати, телевізійні політичні ролики;
- Б) політичні дебати, адресна та безадресна розсилка, кампанія «від дверей до дверей»;
- В) мітинги, зустрічі з виборцями, кампанії «з дверей у двері»;
- Г) збір підписів, мітинги, зустрічі з виборцями.

19. До форм політичної PR- комунікації в пресі відносять:

- А) журналістські публікації, підготовлені на основі матеріалів, що надійшли від PR-служб (інтерв'ю, політичні портрети, портретні нариси), програмні документи та виступи (промови, звернення, дискусійні матеріали) політиків;

- Б) програмні документи, об'яви, політичні листівки, політичні портрети;
- В) інтерв'ю, публікації в формі традиційних журналістських жанрів, звернення політиків;
- Г) журналістські публікації, підготовлені на основі матеріалів, що надійшли від PR-служб (інтерв'ю, політичні портрети, портретні нариси), політичні листівки, об'яви.
20. До форм політичної PR- комунікації на телебаченні відносять:
- А) виступи кандидатів, політичні дебати, сюжети в новинах, відеокліпи, відеофільми;
- Б) виступи кандидатів, політичні дебати, відеофільми;
- В) політичні дебати, ролики, відеофільми, рекламні телепередачі;
- Г) політичні дебати, виступи кандидатів, сюжети в новинах, участь в аналітичних програмах.
21. У книзі «Реальність мас-медіа» німецький соціолог Ніклас Луман (1927–1998) відстоює думку, що суспільна функція мас-медіа полягає в:
- А) формуванні соціальних стереотипів сприйняття і поведінки;
- Б) створенні корпоративної пам'яті у формі мозаїчності та співпричетності;
- В) маніпулюванні суспільною свідомістю;
- Г) інформування про події та умови життя в суспільстві та в світі.
22. Американський політолог Гарольд Лассуел (1902–1978) стверджував, що діяльність ЗМІ спрямована на:
- А) примушення громадян до виконання певних політичних настанов;
- Б) приховане маніпулювання свідомістю громадян;
- В) спонукання людей до певних політичних дій чи до соціальної бездіяльності;
- Г) політичну просвіту суспільства й усвідомлення ним інтересів у сфері політики.
23. Інфлуентальний рівень інформаційно-комунікативних процесів, на думку канадського вченого Дж. Томсона, розкриває:
- А) ступінь ефективності поширення інформації ЗМІ;
- Б) здатність окремого індивіда до засвоєння інформації;

В) ступінь впливу інформації на людську свідомість;

Г) соціально-політичні відносини в конкретній державі.

24. У відповідності з яким із чотирьох аспектів політичної комунікації, що виділяє сучасний французький політолог Роже-Жерар Шварценберг, комунікаційні системи можна розділити на монологічні та діалогічні?

А) гомогенність інформації, що передається;

Б) мобільність передачі інформації;

В) об'єм інформації, що передається;

Г) направленість інформації, що передається.

25. Позначити спосіб політичної комунікації, що є зайвим у переліку, який запропонував німецький соціолог і політолог ХХ ст. Карл Дойч:

А) комунікація через ЗМІ;

Б) комунікація через організації, партії, групи тиску;

В) комунікація через Інтернет;

Г) комунікація через неофіційні контакти, приватні комунікативні ситуації та дії.

26. Англійський дослідник Даррен Дж. Ліллекер вважає, що термін «спін-доктор» походить не з наукової сфери а зі спорту, зокрема, бейсболу. Сучасна теорія політичної комунікації вважає цей термін синонімічним поняттю:

А) прес-секретар;

В) спічрайтер;

Б) менеджер зі зв'язків зі ЗМІ

Г) іміджмейкер.

27. Комунікативна концепція влади німецького філософа і соціолога Юргена Хабермаса в якості одного з основних засобів гармонізації соціально-політичних відносин розглядає:

А) політичний дискурс;

В) політичний консенсус;

Б) політичний компроміс;

Г) політичні дебати.

28. У чому полягає специфіка політичного анекдоту?

А) відображає сюжети реальних політичних подій;

Б) живе стільки, скільки існує конкретна політична система;

В) характер політичного режиму можна оцінити за дотепністю анекдоту;

Г) добре відомий більшості носіїв мови.

29. Позначити синтетичні форми політичної комунікації:
- А) політичний міф, політичний стереотип;
 - Б) «чорний» піар, «білий» піар;
 - В) політична реклама, бренд;
 - Г) політичний анекдот, політичні чутки та плітки.
30. Що передбачає така політична технологія як «блокування тексту»?
- А) політичну цензуру;
 - Б) диктат споживача;
 - В) використання художніх текстів із метою політичного зиску, кон'юнктури;
 - Г) зміна змісту та ідеологічний переклад.
31. Позначити твердження, що розкриває зміст поняття «лінгвістична депривація»:
- А) виключення з політичного лексикону окремих понять і термінів;
 - Б) введення в політичний лексикон таких термінів, які б закріпили штучно задані смисл і акценти в трактуванні подій;
 - В) концентрація громадської уваги на малозначимих подіях;
 - Г) підрив довіри громадськості до контрпропаганди.
32. У чому сутність такої пропагандистської політичної технології як «наклейка ярликів»?
- А) використання для підсилення популярності кандидата чи партії імен тих знаменитостей, котрі їм співчують;
 - Б) надання особистості чи ідеї образливого прізвиська, що підриває їхній авторитет;
 - В) оперування звичними, банальними істинами;
 - Г) досягнення бажаної реакції навіюванням думки про її загальноновизнаність.
33. Серед перших прикладів використання терміну «піар» називають:
- А) послання до Конгресу Т. Джефферсона в 1807 р.;
 - Б) звернення Дормана Ідона до випускників Єльського університету в 1882 р.;
 - В) книгу Едварда Бернайза «Кристалізація суспільної думки» (1923 р.);
 - Г) працю Уолтера Ліппмана «Громадська думка» (1922 р.).
34. Ким у 1622 р. був вперше вжитий термін «пропаганда»?

Б) Велика Британія;

Г) США.

4. ТЕМАТИКА ТВОРЧИХ ЗАВДАНЬ:

1. Провести аналіз основних теорій політичної комунікації.
2. Розглянути засоби маніпулятивного впливу одного з вітчизняних чи зарубіжних політиків (на вибір).
3. Проаналізувати мовленнєву діяльність вітчизняного політика та її ефективність (на вибір).
4. Проаналізувати конкретну рекламну політичну продукцію з точки зору використання в ній вербальних і невербальних компонентів.
5. Скласти текст рекламної листівки політичної сили, якій Ви симпатизуєте.
6. Проаналізувати одну з передвиборчих кампаній останніх років. Охарактеризувати специфіку комунікаційної діяльності в рамках обраної кампанії.
7. Навести та проаналізувати приклади використання «білої», «сірої» та «чорної» пропаганди.
8. Проаналізувати основні підходи до інтерпретації сутності інформаційного суспільства.
9. Розкрити особливості застосування резонансних технологій в управлінні інформаційним простором. Навести приклади.
10. Охарактеризувати особливості застосування спіну в міжнародній діяльності. Навести приклади використання технології спін-доктора із вітчизняної чи зарубіжної практики.

5. ТЕМАТИКА ЕСЕ:

1. Роль засобів масової комунікації в суспільстві та політиці.
2. Роль громадської думки в політичному житті.
3. Політична реклама – це п'ята влада в сучасній державі. Обґрунтуйте власне бачення проблеми.

4. Переваги і недоліки використання Інтернету в політичних цілях.
5. Переваги і недоліки політичної Інтернет-комунікації.
6. Стан і перспективи впровадження е-демократії в Україні.

6. ТЕМИ ДОПОВІДЕЙ / РЕФЕРАТІВ

1. Інформація в сучасному світі та її основні якості.
2. Цілі та задачі захисту інформації.
3. Інформаційна безпека в системі національної безпеки: місце і роль.
4. Інформаційна безпека особистості в «інформаційному суспільстві».
5. Концепції інформаційної війни.
6. Інформаційні війни та інформаційна зброя.
7. Інформаційний тероризм.
8. Інформаційна злочинність.
9. Джерела загроз безпеці інформації.
10. Джерела загроз інформаційній безпеці України.
11. Реальні та потенційні загрози інформаційній безпеці України.
12. Форми інформаційного протиборства.
13. Державна таємниця як особливий вид захищеної інформації.
14. Гендерні аспекти інформаційної безпеки.
15. Проблеми інформаційної безпеки України.
16. Засоби масової інформації та неурядові організації як засіб впливу на інформаційний простір України.
17. Вдосконалення державної інформаційної політики та забезпечення інформаційної безпеки України.
18. Забезпечення інформаційної безпеки України у сфері внутрішньої політики.
19. Забезпечення інформаційної безпеки України у сфері зовнішньої політики.
20. Забезпечення інформаційної безпеки України в галузі науки та техніки.
21. Забезпечення інформаційної безпеки України у сфері духовного життя.
22. Забезпечення інформаційної безпеки України в загальнодержавних інформаційних і телекомунікаційних системах.

23. Забезпечення інформаційної безпеки України у сфері оборони.
24. Забезпечення інформаційної безпеки України в правоохоронній і судовій сферах.
25. Забезпечення інформаційної безпеки України в умовах надзвичайних ситуацій.
26. Лібертаріанська теорія як основа політичної комунікації в США.
27. П. Рікер про роль мови у політиці.
28. Маніпулятивні аспекти публічного мовлення сучасних політиків.
29. Політична реклама: виникнення, сутність, типологія.
30. Політична пропаганда в умовах демократизації і плюралізму ідей.
31. Популізм і лобювання як політичні технології.
32. Що таке пропаганда і як вона виникла?
33. Методи пропагандистської дії.
34. Технології маніпуляції в структурі пропаганди.
35. Пропаганда тоталітарних режимів (на вибір).
36. Особливості політичної реклами сучасної України.
37. «Джинса» як різновид політичної реклами.
38. Перформанс у політичній комунікації.
39. Медіакратія та демократія в сучасному світі: особливості взаємодії.
40. Електронна демократія як форма політичної комунікації.
41. Електронна демократія як засіб боротьби з кризою довіри до політичної системи.
42. Технологія використання мережі Інтернет в політичних цілях у США.
43. Електронні вибори: переваги і недоліки.
44. Спін-докторинг у системі політичної комунікації.
45. Спін-докторинг як загроза інформаційній демократії.

7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО КУРСУ

Базова:

1. Акайомова А. В. Семіотичний аналіз у комунікативній теорії / А. В. Акайомова.
// Наукові записки ІПіЕНД. – 2011. – №1(51). – С. 266–275.

2. Афанасьева О. В. Доступ к информации как институт национального государства / О. В. Афанасьева // Полис. – 2010. – №5. – С. 146–154.
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции : учеб. пособ. / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект-Пресс, 2005. – 176 с.
4. Башук А. І. Інформаційна політика : [навч. посіб.] / Алла Іванівна Башук. – Ч. 1. – К. : Вид-во ІЖ КНУ ім. Т. Шевченка, 2007. – 90 с.
5. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка PR / В. М. Бебик. – К. : МАУП, 2005. – 440 с.
6. Бебик В. М. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг : навч.-метод. посіб. / В. М. Бебик. – К. : МАУП, 2001. – 214 с.
7. Белянин В. П. Психолінгвістика : учеб. / В. П. Белянин. – 2-е изд. – М., 2004. – 232 с.
8. Береза А. В. Стан розвитку електронного урядування в Україні / А. В. Береза. // Держава і право : збірник наукових праць. Випуск 46. – К. : Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2009. – С. 605–610.
9. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В. М. Березин. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 174 с.
10. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 173 с.
11. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход / Джон Бернет, Сандра Мориарти ; пер. с англ. Н. Габенов, В. Кузин. – СПб. : Питер, 2001. – 860 с.
12. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання : навч. посіб. / О. Д. Бойко. – К. : Академвидав, 2010. – 432 с.
13. Василик М. А. Основы теории коммуникации : учебник / М. А. Василик, М. С. Вершинин, В. А. Павлов, Н. Р. Барабанова, А. К. Бондарев ; под ред. М. А. Василик. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.
14. Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе / М. С. Вершинин. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. – 253 с.

15. Всемирный доклад ЮНЕСКО по коммуникации и информации, 1999–2000 гг. / пер. Г. Н. Вачнадзе, Ю. Б. Кашлев. – Париж : ЮНЕСКО, 2000. – 172 с.
16. Гильдебранд Дитрих фон. Метафизика коммуникации. Исследование сущности и ценности общественных отношений / Дитрих фон Гильдебранд ; пер. с нем. А. И. Смирнов. – СПб. : Алетейя, 2000. – 373 с.
17. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития : монография / М. Н. Грачев. – М. : Прометей, 2004. – 328 с.
18. Делягин М. Г. Мировой кризис: Общая теория глобализации : курс лекций / М. Г. Делягин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 768 с.
19. Дем'яненко Б. Українські ЗМІ в конструюванні політичної реальності і віртуалізації політичного процесу (поміркувані технології) / Борис Дем'яненко // Наукові записки ІПіЕНД. – 2010. – № 2 (46). – С. 189–206 ; № 3 (47). – С. 367–377.
20. Дмитриев А. В. Неформальная политическая коммуникация / А. В. Дмитриев, В. В. Латынов, А. Т. Хлопьев. – М. : РОССПЭН, 1996. – 197 с.
21. Донсбах В. Зміст, використання та вплив політичної комунікації / В. Донсбах // Мас-медіа на перехідному етапі: система мас-медіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження / за ред. Р. Блюма, М. Герольд, В. Іванова, В. Різуна. – К., 2001. – С. 144–176.
22. Егорова-Гантман Е. Политическая реклама / Е. Егорова-Гантман, К. Плешаков ; науч. ред. А. А. Бирюков. – М. : Центр полит. консультирования «Никколо М», 1999. – 237 с.
23. Електронне інформаційне суспільство України: погляд у сьогодення і майбутнє / Академія правових наук України. – К. : Інжинірінг, 2005. – 163 с.
24. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации : учеб. пособ. / В. Б. Кашкин. – Воронеж, 2000. – 175 с.
25. Киви Берт. Гигабайты власти. Информационные технологии между свободой и тоталитаризмом. – М., 2004. – 352 с.
26. Ковалев Г. С. Медиакратия в современном политическом процессе / Георгий Сергеевич Ковалев // Вестник Российского университета дружбы народов. –

Серия: Политология. – 2007. – № 4. – С. 66–75.

27. Ковалевський В. О. Інформаційна взаємодія у політико-владному полі великого міста / Владислав Олегович Ковалевський. – К. : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2010. – 221 с.
28. Королько В. Г. Основы публич рилейшнз / В. Г. Королько. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2001. – 528 с.
29. Кулик В. М. Політика української влади щодо мас-медій та її вплив на недійний дискурс / Володимир Михайлович Кулик. // Наукові записки ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса. – 2010. – №1 (45). – С. 288–301.
30. Леонтьєва Л. Є. Пропаганда як інформаційно-психологічний складник політичних процесів / Л. Є. Леонтьєва ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – К., 2004. – 298 с.
31. Лисица Н. М. Маркетинговые коммуникации в международном би знесе : учеб. пособие / Н. М. Лисица ; Харьков. гос. эконом. ун-т. – Харьков, 2001. – 107 с.
32. Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика / Є. А. Мкаренко ; наук. ред. : Л. В. Губерський, Г. Г. Почепцов. – К. : НВЦ «Наша культура і наука», 2000. – 368 с.
33. Манойло А. В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны / А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. Б. Фролов. – 2-е изд., стер. – М. : Горячая линия-Телеком, 2007. – 542 с.
34. Митко А.М. Засоби масової комунікації та імідж влади: регіональний аспект. Луцьк: ПП Іванюк В. П., 2010. 244 с. 2.
35. Митко А.М. Інформаційна демократія: реалії та виклики часу. Луцьк: Вежа-Друк, 2014. 400 с.
36. Науменко Т. В. Массовая коммуникация: теоретико-методологический анализ / Т. В. Науменко. – М. : Перспектива, 2003. – 252 с.
37. Ніколаєнко Н.О., Комарчук О.О. Засоби масової комунікації як детермінанти гібридної війни Миколаїв : НУК, 2021. – 196 с.
38. Ніколаєнко Н.О. Маніпулятивний характер російських засобів масової

- комунікації в умовах російсько-української гібридної війни,- Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії, -2020, № 1(7), -С.93-104.
39. Недбай В. В. Сучасні політичні комунікації: медійно-технологічний аспект / В. В. Недбай. – Одеса : Фенікс, 2009. – 328 с.
40. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии / Д. В. Ольшанский. – Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – 496 с.
41. Политические коммуникации : учеб. пособие / под ред. А. И. Соловьева. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 332 с.
42. Пономарев Н. Ф. Информационная политика органа власти: пропаганда, антипропаганда, контрпропаганда : учеб. пособие / Н. Ф. Пономарев. – Пермь : Изд-во Перм. гос. техн ун-та, 2007. – 185 с.
43. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 2003. – 381 с.
44. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналов / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 1999. – 624 с.
45. Почепцов Г. Г. Пропаганда и контрпропаганда / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 2004. – 253 с.
46. Поченцев Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Реал-бук Ваклер, 2006. – 650 с.
47. Пупков С. В. Политический режим и информационный порядок: социально-информациологический подход / С. В. Пупков // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия: Политология. – 2008. – № 2. – С. 95–102.
48. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління / І. Ю. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001.
49. Соловьев А. И. Политический дискурс медиакратий: проблемы информационной эпохи / А. И. Соловьев // Полис. – 2004. – № 2. – С. 124–132.
50. Табакова М. Кількісні характеристики політичного Інтернет-простору України / М. Табакова // Політичний менеджмент. – 2009. – №1. – С. 87–94.
51. Тимофеева Л. Н. Политическая коммуникативистика: проблемы становления / Л. Н. Тимофеева // Полис. – 2009. – № 5. – С. 41–54.

52. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
53. Фінклер Ю. Е. Мас-медіа та влада: технологія взаємин / Ю. Е. Фінклер. – Львів : Аз-Арт, 2003. – 212 с.
54. Яковлев Д. В. Політична взаємодія як комунікативний процес: медіатизація, демократизація, раціоналізація : монографія / Д. В. Яковлев. – Одеса : Астропринт, 2009. – 288 с.

Допоміжна:

1. Артюхов Е. В. Интернет как средство политической коммуникации / Е. В. Артюхина // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. – № 2. – 2008. – С. 121–124.
2. Барматова С. Место и роль политической коммуникации в трансформации украинского общества / С. Барматова // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – № 2. – С. 107–119.
3. Бебик В. М. Комунікативний підтекст цивілізації / В. М. Бебик // Персонал. – 2001. – № 5. – С. 52–56.
4. Бондар Ю. Національний інформаційний простір сучасної України: становлення та функціонування у процесі політичної трансформації суспільства / Ю. Бондар. – К. : МАУП, 2007. – 183 с.
5. Буданова О. Б. Держава в структурі політичних комунікацій: канали та рівні інформаційної діяльності / О. Б. Буданова // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : збірник наукових праць. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2001. – Вип. 7. – С. 136–139.
6. Буданова О. Б. Політична комунікація в мережевому суспільстві / О. Б. Буданова // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. – 2001. – № 527. – С. 56–59.
7. Буданова О. Б. Роль та можливості розвитку сучасних політичних інтернет-комунікацій / О. Б. Буданова // Історія, проблеми та необхідні умови становлення

- громадянського суспільства в Україні : збірник тез доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції. – Львів, 2015. – С. 19–24.
8. Быков И. А. Сетевая политическая коммуникация: Теория, практика и методы исследования : монография / И. А. Быков. – СПб. : ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. – 200 с.
 9. Валлерстайн И. Конец знакомого мира: Социология XXI века / И. Валлерстайн ; Центр исслед. постиндустр. об-ва ; В. Л. Иноземцев. – М. : Логос, 2003. – 355 с.
 10. Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе / М. С. Вершинин. – СПб : Изд-во Михайлова В. А., 2001. – 253 с.
 11. Винер Н. Человек управляющий / Н. Винер ; пер. с англ. – СПб. : Питер ; Питер бук, 2001. – 288 с.
 12. Ганжуров Ю. С. Парламент України в політичній комунікації / Ю. С. Ганжуров. – К. : Україна, 2007. – 352 с.
 13. Денисюк С. Г. Технологічні виміри політичної комунікації : монографія / С. Г. Денисюк. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 276 с.
 14. Денисюк С. Г. Культурологічні виміри політичної комунікації : монографія / С. Г. Денисюк. – Вінниця : ВНТУ, 2012. – 392 с.
 15. Денисюк С. Г. Комунікологія : навч. посіб. / С. Г. Денисюк. – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 102 с.
 16. Донец П. Н. Основы общей теории межкультурной коммуникации: научный статус, понятийный аппарат, языковой и неязыковой аспекты, вопросы этики и дидактики / П. Н. Донец. – Харьков : Штрих, 2001. – 384 с.
 17. Иванов В. Основы теории массовой коммуникации и журналистики : навч. посіб. // Валерій Іванов ; за наук. ред. В. В. Різуна. – К : Центр Вільної Преси, 2010. – 258 с.
 18. Кара-Мурза С. Г. Краткий курс манипуляции сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Эксмо, 2003. – 444 с.
 19. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием : учеб. пособие / С. Г. Кара-Мурза. – К. : Оріяни, 2003. – 500 с.
 20. Карпчук Н., Юськів Б. Вплив російської пропаганди на формування іміджу

української влади // Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. – 2020.

21. Карпчук Н., Медіа як невоєнний метод впливу в гібридній війні // Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. – 2018. - # 2 (4). – С. 41 - 49.
22. Куценко Є. В Особливості використання новітніх інформаційно-комунікативних технологій у електоральних компаніях: зарубіжний та вітчизняний досвід. Політичні інститути і процеси / Є. В. Куценко // Політологічні студії : зб. наук. пр. – 2013. С. 37–48. – Вип. 3.
23. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Деніс Мак-Квейл. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.
24. Ольшанский Д. Политический PR / Дмитрий Ольшанский. – СПб. : Питер, 2003. – 544 с.
25. Основи масово-інформаційної діяльності : [підручник] / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов. – К. : Київський університет, 2009. – 634 с.
26. Павлюк Л. С. Знак, символ, міф у масовій комунікації / Л. С. Павлюк. – Львів : ПАІС, 2006. – 120 с.
27. Панарин И. Н. Информационная война и выборы / И. Н. Панарин. – М., 2003. – 411 с.
28. Панарин И. Н. Информационная война и геополитика / И. Н. Панарин. – М. : Поколение, 2006. – 553 с.
29. Панарин И. Н. Информационная война, PR и мировая политика : учеб. пособие / И. Н. Панарин. – М. : Горячая линия-Телеком, 2006. – 352 с.
30. Перегуда Є. В. Політологія : навчальний посібник / Є. В. Перегуда [та ін.]. – К. : КНУБА, 2011. – 216 с.
31. Подгурецки Ю. Социальная коммуникация / Юзеф Подгурецки. – М. : Гелиос АРВ, 2004. – 158 с.
32. Політична система для України: історичний досвід і виклики сучасності / О. Г. Аркуша, С. О. Біла, В. Ф. Верстюк та ін. ; гол. ред. В. М. Литвин. – К. : Ніка-Центр, 2008. – С. 922–936.

33. Політологічний енциклопедичний словник / [за ред. Ю. С. Шемшученка]. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К. : Генеза, 2004. – 736 с. – С. 162.
34. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов ; отв. ред. С. Л. Удовик. – М. : Рефл-бук, 2000. – 576 с.
35. Прохорова Т. П. Маркетинговая политика коммуникаций : учеб. пособие / Т. П. Прохорова, А. Н. Гронь ; Харьковский национальный экономический ун-т. – Х. : ИНЖЭК, 2005. – 224 с.
36. Різун В. В. Теорія масової комунікації / В. В. Різун. – К. : Просвіта, 2008. – 260 с.
37. Расторгуев С. П. Философия информационной войны / С. П. Расторгуев ; РАО; Москов. психол.-соц. ин-т. – М., 2003. – 495 с.
38. Романов А. А. Массовые коммуникации / А. А. романов, Г. А. Васильев. – М. : Вузовский учебник, 2009. – 236 с.
39. Саркісова К. Електронна демократія як форма політичної комунікації в сучасному суспільстві / К. Саркісова // Політичний менеджмент. – 2007. – №1 (22). – С. 66–74.
40. Соловьев А. И. Политология: Политическая теория, политические технологии : учебник для студентов вузов / А. И. Соловьев. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 559 с.
41. Средства массовой коммуникации и социальные проблемы : хрестоматия / сост. И. Г. Ясавеев. – Казань, 2000. – 223 с.
42. Тищенко Ю. Моделі політичної комунікації: політичні партії та громадянське суспільство / [Ю. Тищенко, П. Байор, М. Товт, С. Горобчишина] ; Укр. незалеж. Центр політ. дослідж. – К. : Україні, 2010. – 148 с.
43. Тоффлер Елвін. Нова парадигма влади: знання, багатство й сила / Елвін Тоффлер ; пер. з англ. Н. Бордукова. – Харків : Акта, 2003. – 688 с.
44. Тоффлер Елвін. Третя Хвиля / Елвін Тоффлер ; пер. з англ. А. Євса. – К. : Всесвіт, 2000. – 475 с.
45. Україна і світ: теоретичні й практичні аспекти сучасного політичного процесу : колективна монографія / кер. кол. авт. і наук. ред. д. політ. н., проф. Н. О. Ніколаєнко. – Херсон : Грінь Д. С., 2016. – 520 с.
46. Черных А. И. Социология массовых коммуникаций : учеб. пособие / А. И.

Черных ; Гос. ун-т Высшая школа экономики. – М. : ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.

47. Штромайер Г. Політика і мас-медіа / Герд Штромайер ; [пер. з нім. А. Орган]. – К. : КМА, 2008. – 303 с.
48. Ямельницький О. Мобілізаційні виборчі технології: досвід авторитарної мобілізації / О. Ямельницький // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – Вип. 25. – 2013. – С. 101–106.
49. Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. – М. : Альма матер, 2008. – 760 с.
50. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Елена Иосифовна Шейгал. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2004. – 326 с.
51. Шомова С. А. Политические шахматы. Паблик Рилейшнз как интеллектуальная игра / Светлана Андреевна Шомова. – М. : РИП-холдинг, 2003. – 214 с.

Автореферати і дисертації:

1. Анісімович-Шевчук О. З. Політична комунікація як системоутворюючий фактор політичного життя суспільства : автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02 / О. З. Анісімович-Шевчук ; ЛНУ ім. І. Франка. – Л., 2010. – 19 с. – укр.
2. Балинський І. О. Українські політичні Інтернет-комунікації у світовому контексті : дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.06 / Ігор Олексійович Балинський. К., 2009. – 203 с.
3. Бронников И. А. Особенности сети Интернет как формы политической коммуникации : автореф. дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / И. А. Бронников. – М., 2011. – 25 с. – рус.
4. Готун А. М. Нові інформаційно-комунікаційні технології в глобальній системі політичної комунікації : автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.04 / А. М. Готун ; Ін-т світ. економіки і між нар. відносин НАН України. – К., 2010. – 17 с. – укр.
5. Кадлубович Т. І. Політична комунікація в демократизації владних відносин України : автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02 / Т. І. Кадлубович : КНУ ім. Т. Шевченка. – К., 2008. – 17 с. – укр.
6. Клячин А. К. Політична комунікація як чинник трансформації політичних

- цінностей : автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02 / А. К. Клячин : ДНУ. – Д., 2007. – 19 с. – укр.
7. Коритнікова Н. В. Інтернет-представництво як комунікативний ресурс державного управління : автореф. дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04 / Н. В. Коритнікова ; ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2008. – 20 с. – укр.
 8. Недбай В. В. Інноваційні медіа-технології в системі політичних комунікацій : дис. ... доктора політичних наук / В. В. Недбай. – Одеса : НУ «ОЮА», 2012. – 384 с.
 9. Товмаш Д. А. Роль політичної комунікації у формуванні громадянського суспільства : дис. ... канд. філософ. наук – 09.00.03 / Д. А. Товмаш ; КНУ ім. Т. Шевченка. – К., 2008. – 185 с.
 10. Шидловський Д. О. Політична комунікація як об'єкт соціологічного дослідження : автореф. дис. ... канд. соціол. наук – 22.00.04 / Д. О. Шидловський ; Гуманіт. ун-т «Запоріж. ін.-т держ. та муніцип. упр.». – Запоріжжя, 2007. – 20 с.
 11. Юдаев В. В. Информационные технологии в политическом процессе: Теоретико-прикладной анализ : дис. ... канд. полит. наук. – 23.00.01 / Валерий Вячеславович Юдаев. – М., 2005. – 147 с.

Електронні ресурси

1. Абрамова Д. С. Политические коммуникации в свете развития инновационных интернет технологий [Электронный ресурс] / Д. С. Абрамова // Гуманитарные научные исследования. – 2013. - № 1. – Режим доступа: <http://human.snauka.ru/2013/01/2142>
2. Анісімович-Шевчук О. Діяльність суб'єктів політичної комунікації: регіональний аспект / Ольга Анісімович-Шевчук. – Режим доступу: http://postua.info/Anisimovych2005_2.htm
3. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития : монография / М. Н. Грачев. – М. : Прометей, 2004. – 328 с. – Режим доступа: http://grachev62.narod.ru/Grachev/n56_04mg.htm
4. Громадська Н. А. Сучасні особливості політичної комунікації та її прояви і

інформаційному суспільстві / Н. А. Громадська, О. В. Акетіна. – Режим доступу: [file:///C:/Documents%20and%20Settings/julia/Мои%20документы/55595-113262-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/julia/Мои%20документы/55595-113262-1-SM%20(1).pdf)

5. Карчевська О. В. Роль політичної комунікації в електоральному процесі: теоретико-методологічний аналіз / О. В. Карчевська, Г. С. Агафонова. – Режим доступу: [file:///C:/Documents%20and%20Settings/julia/Мои%20документы/Polzap_2012_6_19%20\(1\).pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/julia/Мои%20документы/Polzap_2012_6_19%20(1).pdf)
6. Кедик В. Інтернет як інструмент політичної комунікації в Україні / Василь Кедик // Українська правда. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/columns/2011/02/12/5901058/>
7. Кіслов Д. В. Термінологія комунікації: теоретичний дискурс та його практичне використання / Д. В. Кіслов. – Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=551>
8. Кормич Б. А. Інформаційне право : підручник / Б. А. Кормич. – Харків : БУРУН і К, 2011. – 334 с. – Режим доступу: <https://books.google.com.ua/books>
9. Креймер Е. І. Місце ЗМІ в політичній системі суспільства / Е. І. Креймер. – Режим доступу: <http://intkonf.org/kreumer-e-i-mistse-zmi-v-politichniy-sistemi-suspilstva/>
10. Товмаш Д. А. Політична комунікація: сутність та специфіка / Д. А. Товмаш. – Режим доступу: http://papers.univ.kiev.ua/1/filosofija_politologija/articles/tovmash-d-a-political-communications-an-essence-and-specificity_17372.pdf

Інформаційні ресурси органів державної влади. корисні посилання

1. Верховна Рада України : офіційний веб-портал. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua/>
2. Урядовий портал : єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/>
3. Громадянське суспільство і влада : урядовий веб-сайт. – Режим доступу: http://civic.kmu.gov.ua/consult_mvc_kmu/news/article
4. Президент України : офіційне інтернет-представництво. – Режим доступу:

<http://www.president.gov.ua/>

5. Національний центр електронного урядування. – Режим доступу: <http://nc.dagov.adamant.ua>
6. Державне агентство з питань електронного врядування : офіційний сайт. – Режим доступу: <http://e.gov.ua>
7. Комітет народного контролю : сайт. – Режим доступу: <http://knk.media/ua>
8. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації : офіційний веб-портал. – Режим доступу: <http://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=1&language=uk>.

8. ОРІЄНТОВНІ ПИТАННЯ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Безпека в інформаційному суспільстві.
2. Поняття інформаційної безпеки.
3. Об'єкти і суб'єкти інформаційної безпеки.
4. Складові інформаційної безпеки.
5. Види та властивості інформації як предмета захисту.
6. Основні напрями національної інформаційної політики.
7. Доктрина інформаційної безпеки України.
8. Безпека об'єктів інформаційної сфери держави в умовах сьогодення.
9. Види і джерела (внутрішні та зовнішні) загроз інформаційної безпеки.
10. Джерела загроз інформаційній безпеці.
11. Проблеми регіональної інформаційної безпеки.
12. Інформаційні війни: види, форми та характерні ознаки. Інформаційний тероризм. Інформаційна злочинність.
13. Цілі і задачі оцінки загроз інформаційної безпеки.
14. Методи порушення конфіденційності, цілісності та доступності інформації. Причини, види, канали витоку і спотворення інформації.
15. Методи та засоби захисту каналів витоку інформації.
16. Міжнародне законодавство в області інформаційної безпеки.
17. Інформаційна безпека у провідних країнах світу.

18. Види захисту інформації та сфера їх дії.
19. Основні напрями забезпечення безпеки інформації та інформаційних ресурсів.
20. Засоби захисту інформації.
21. Інформаційне протиборство як форма забезпечення інформаційної безпеки.
22. Національні інтереси України в інформаційній сфері та шляхи їхнього забезпечення.
23. Загрози інформаційній безпеці України.
24. Джерела загроз інформаційній безпеці України.
25. Завдання і забезпечення інформаційної безпеки України.
26. Особливості забезпечення інформаційної безпеки України в різних сферах суспільного життя.
27. Міжнародне співробітництво України в галузі забезпечення інформаційної безпеки.
28. Нормативно-правові основи захисту інформації в Україні.
29. Правові основи захисту інформації із використанням застосування технічних засобів.
30. Призначення і задачі в сфері забезпечення інформаційної безпеки на рівні держави.

7

9. ОСНОВНІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ

Безпека – стан, при якому кому-небудь, чому-небудь не загрожує небезпека будь-якого виду, існує захист від небезпеки.

Безпека держави – положення, при якому державі не загрожує небезпека. Досягається наявністю ефективного механізму управління і координації діяльності політичних сил та громадських груп, а також активних інститутів (органів) їхнього захисту.

Безпека особистості – положення, при якому особистості не загрожує небезпека. Безпека особистості полягає у формуванні комплексу правових і моральних норм, суспільних інститутів та організацій, що дозволили розвивати й реалізовувати соціально значущі здібності й потреби, не зазнаючи при цьому протидії держави й суспільства.

Безпека суспільства – наявність суспільних інститутів, норм, розвинених форм суспільної свідомості, які дозволяють реалізувати права та свободи всіх груп населення і протистояти діям, що ведуть до розколу суспільства (зокрема і з боку держави).

Держава – сукупність офіційних органів влади в цій чи іншій країні, основний заклад і спосіб політико-правової організації життя суспільства на чолі з одноособовим або колективним правителем, органами виконавчої та інших видів влади й вертикальною системою управління, за допомогою якої здійснюється влада, охороняється існуючий лад, забезпечується нормальне життя людей.

Державна система забезпечення інформаційної безпеки держави являє собою організаційне об'єднання державних органів, а також сил та засобів інформаційної безпеки, що виконують свої функції на основі закону під контролем і захистом судової влади. Державна система становить найважливішу ланку системи інформаційної безпеки особистості, суспільства й держави в правовій державі.

Життєво важливі інтереси – сукупність потреб, задовольняння яких надійно забезпечує існування і можливості прогресивного розвитку особистості, суспільства й держави.

Дестабілізуючі фактори – явища та процеси природного й штучного походжень, що породжують інформаційні загрози.

Забезпечення інформаційної безпеки – сукупність заходів, призначених для досягнення стану захищеності потреб особистостей, суспільства й держави в інформації.

Загроза – можлива небезпека, тобто здатність заподіяти будь-яку шкоду, призвести до будь-якого нещастя.

Загрози інформаційній безпеці – 1) сукупність умов і факторів, що створюють небезпеку життєво важливим інтересам особистості, суспільства й держави в інформаційній сфері; 2) дія чи подія, що може призвести до руйнування, спотворення чи несанкціонованого власником чи володільцем доступу до інформаційних ресурсів. Найбільшу загрозу інформаційній безпеці становить: можливість втрати, порушення цілісності або блокування інформації; відкриття конфіденційної інформації; несанкціоноване використання ресурсів; помилкове використання ресурсів; несанкціонований обмін інформацією; відмова від інформації; відмова від обслуговування.

Інтереси держави в інформаційній сфері полягають у: – створенні умов для гармонічного розвитку інформаційної інфраструктури України; – реалізації конституційних прав і свобод людини й громадянина в галузі одержання інформації й користування нею з метою забезпечення непорушності конституційного ладу, суверенітету й територіальної цілісності України, політичної, економічної та соціальної стабільності; – забезпеченні законності та правопорядку, розвитку рівноправного й взаємовигідного міжнародного співробітництва.

Інтереси особистості в інформаційній сфері полягають у: – реалізації конституційних прав особи й громадянина на доступ до інформації, а також на використання інформації в інтересах здійснення діяльності, яка не заборонена законом; – у захисті інформації, що забезпечує особисту безпеку.

Інтереси суспільства в інформаційній сфері полягають у: – забезпеченні інтересів особистості в цій сфері; – зміцненні демократії; – створенні правової соціальної держави; – досягненні й підтримці суспільної злагоди; – у духовному відновленні України.

Інформаційна безпека – це стан захищеності інформаційного середовища суспільства, що забезпечує його формування, використання і розвиток в інтересах громадян, організацій, держави.

Під інформаційною безпекою варто розуміти єдність захисту наступних компонентів:

– системи виробництва інформаційних продуктів;

- системи доставки інформаційних продуктів до споживача;
- системи виробництва засобів виробництва інформаційних продуктів та їх доставки;
- системи виробництва інформаційних технологій;
- системи накопичення і збереження інформаційних продуктів;
- системи сервісного обслуговування елементів інформаційної інфраструктури;
- системи підготовки кадрів.

Інформаційна безпека держави (суспільства) характеризується мірою захищеності держави (суспільства) та стійкості основних сфер життєдіяльності (економіки, науки, техносфери, сфери управління, військової справи тощо) відносно небезпечних (дестабілізуючих, деструктивних, вражаючих державні інтереси тощо) інформаційних впливів, причому як з упровадження, так і добування інформації. Інформаційна безпека держави визначається здатністю нейтралізувати такі впливи.

Інформаційна безпека особистості – це захищеність психіки і свідомості людини від небезпечних інформаційних впливів: маніпулювання свідомістю, дезінформування, спонукання до самогубства, образ тощо.

Інформаційна безпека України – стан захищеності її національних інтересів у інформаційній сфері, що визначаються сукупністю збалансованих інтересів особистості, суспільства й держави.

Інформаційна війна – комплекс заходів і операцій, спрямованих на забезпечення інформаційної переваги щодо потенційного або реального противника.

Інформаційна зброя – сукупність засобів, методів і технологій, що забезпечують можливість силового впливу на інформаційну сферу протилежної сторони з метою руйнування її інформаційної інфраструктури, системи управління державою, зниження духовного потенціалу суспільства.

Інформаційна кооперація – форма забезпечення інформаційної безпеки між рівноправними суб'єктами інформаційного процесу (фізичними, юридичними, міжнародними), що включає сукупність їхніх взаємоузгоджених дій, спрямованих на одержання відомостей про дестабілізуючі фактори, дестабілізуючі та

інформаційні загрози й захист від них доступними законними способами й засобами.

Інформаційна перевага розуміють ситуацію, що надає можливість змінити уявлення противника про дійсну обстановку й позбавити його здатності прогнозувати подальші події та впливати на них.

Інформаційна політика держави – це головні напрями й предмет діяльності держави в галузі інформації.

Інформаційна сфера – сфера діяльності суб'єктів, пов'язана зі створенням, перетворенням і споживанням інформації.

Інформаційне забезпечення інформаційної безпеки включає збирання (добування) відомостей про дестабілізуючі фактори та інформаційні загрози, їхнє оброблення, обмін інформацією між органами управління і силами та засобами системи інформаційної безпеки. Його основу складає збирання (добування) необхідних відомостей, здійснюване в процесі розвідувальної, контррозвідувальної, оперативно-розшукової і оперативно-інформаційної діяльності.

Інформаційне середовище – сфера діяльності суб'єктів, пов'язана зі створенням, перетворенням та споживанням інформації.

Інформаційне суспільство – 1) органічний сегмент глобального інформаційного товариства, а також забезпечення пріоритетного розвитку інформаційних ресурсів та інфраструктури, впровадження новітніх інформаційних технологій, захист національних моральних і культурних цінностей, забезпечення конституційних прав на свободу слова та вільний доступ до інформації; 2) суспільство, в якому більшість робітників займаються створенням, збиранням, відображенням, реєстрацією, накопиченням, збереженням і поширенням інформації, особливо її вищої форми – знань; 3) суспільство, в якому діяльність людей ґрунтується на використанні послуг, що надаються за допомогою інформаційних технологій і технологій зв'язку.

Інформаційний патронат (захисник) є формою забезпечення інформаційної безпеки фізичних і юридичних осіб із боку держави. Він припускає забезпечення органів управління системи інформаційної безпеки держави відомостями про дестабілізуючі фактори й загрози стану поінформованості фізичних і юридичних

осіб (інформаційне забезпечення інформаційної безпеки) та власне захист життєво важливих інтересів цих осіб від інформаційних загроз, або, як ще кажуть, інформаційний захист.

Інформаційні злочини можуть вчинятися із використанням як інформаційно-комп'ютерних, так й інформаційно-психологічних методів впливу.

Концепція слугує юридичним актом, що містить керівні принципи та цільові настанови щодо шляхів, засобів та методів захисту життєво важливих інтересів людини, групи, суспільства та держави.

Концепція інформаційної безпеки держави – це систематизована сукупність відомостей про інформаційну безпеку держави та шляхи її забезпечення.

Концепція інформаційної війни – система поглядів на інформаційну війну та шляхи її ведення.

Міждержавні дестабілізуючі фактори – це конфлікти різноманітних масштабів і проявів (в економіці, політиці, ідеології, дипломатії тощо).

Національна безпека – категорія політичної науки (політології), що характеризує стан соціальних інститутів, що забезпечує їхню ефективну діяльність для підтримки оптимальних умов існування особистості, суспільства та держави. Вона відображає зв'язок безпеки з нацією.

Національний інформаційний простір – інформаційне середовище, в якому здійснюються інформаційні процеси та інформаційні відносини щодо створення, збирання, відображення, реєстрація, накопичення, збереження, захист і поширення інформації, інформаційних продуктів та інформаційних ресурсів, на яке розповсюджується юрисдикція держави.

Національні інтереси держави відображають фундаментальні цінності та прагнення народу, його потреби в гідних умовах життєдіяльності, а також цивілізовані шляхи їх створення й способи задоволення. Національні інтереси держави та їхня пріоритетність обумовлюються конкретною ситуацією, що складається в країні та за її межами.

Нація – стійка історична спільність людей, що визначається соціальними зв'язками певної формації і характеризується специфічними етнічними рисами,

зумовленими особливостями економічного й культурного розвитку, спільністю території, мови, побуту, традицій і звичаїв, а також відображенням цих факторів у суспільній свідомості та суспільній психології.

Особистість – людина як суб'єкт відносин і свідомої діяльності. До життєво важливих інтересів особистості належать, насамперед права і свободи людини й громадянина, зокрема інформаційні.

Пасивне забезпечення інформаційної безпеки передбачає реагування на вже наявні загрози, спрямоване на безпосередню протидію акціям, що є деструктивними щодо соціальної системи.

Поінформованість особистості (суспільства та держави) – задоволення в будь-якій мірі потреб в інформації, що призводить до оволодіння відомостями про навколишній світ та процеси, що відбуваються у ньому.

Система забезпечення національної безпеки – організована державою сукупність суб'єктів: державних органів, громадських організацій, посадових осіб та окремих громадян, об'єднаних цілями та завданнями щодо захисту національних інтересів, що здійснюють узгоджену діяльність у межах законодавства держави.

Суспільство – сукупність форм сумісної діяльності людей, що утворилися в процесі історичного розвитку. Життєво важливі інтереси суспільства зв'язані зі створенням і розвитком вільного, гуманного, високоосвіченого, гармонійного суспільства, заснованого на принципах демократії, бережливого ставлення до своїх традицій і національного надбання, суспільства, що підтримує і всіляко охороняє основний свій осередок – сім'ю.

Теорія національної безпеки – наука, що поєднує у собі прикладні аспекти соціальних, воєнних, гуманітарних, технічних, психологічних, біологічних та інших наук із метою дослідження суті, змісту, методів, форм і засобів забезпечення безпеки особистості, суспільства та держави.

Тероризм – загроза або використання насильства в політичних цілях окремими особами або групами, що можуть діяти як на боці, так і проти існуючого уряду, коли такі дії, спрямовані на те, щоб вплинути на більше число людей, ніж безпосередні жертви.