

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені І. І. МЕЧНИКОВА
ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ



МІЖКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ

ЕЛЕКТРОННІ МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до практичних занять
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності D4 Публічне управління та адміністрування

Одеса
ОНУ імені І. І. Мечникова
2026

**УДК 316.772.4:005
М581**

Укладач:

В. А. Козловцева, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри публічного управління та адміністрування економіко-правового факультету Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.

Рецензенти:

О. П. Павленко, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри публічного управління та адміністрування Одеського національного університету імені І. І. Мечникова;

О. І. Донченко, кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри загальноправових дисциплін та міжнародного права Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.

*Рекомендовано вченою радою економіко-правового факультету
ОНУ імені І. І. Мечникова.
Протокол № 8 від 18 травня 2026 р.*

М581 **Міжкультурні комунікації [Електронний ресурс] :** електрон. метод. вказівки до практ. занять для здобувачів другого (магіст.) рівня вищ. освіти спец. D4 Публічне управління та адміністрування / уклад. В. А. Козловцева. Одеса : ОНУ імені І. І. Мечникова, 2026. 38 с. 1,2 МБ.

У методичних вказівках наведено основні положення до вивчення дисципліни «Міжкультурні комунікації» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Публічне управління та адміністрування» за спеціальністю D4 Публічне управління та адміністрування. Методичні вказівки розроблені для допомоги здобувачам при вивченні дисципліни на аудиторних заняттях, підготовці до практичних занять, оформленні робіт при самостійному виконанні завдань.

УДК 316.772.4:005

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	5
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ	8
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1	
Основи міжкультурних комунікацій	9
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 1	
Тема: Аналіз прикладів міжкультурних комунікацій у публічному секторі	9
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 2	
Тема: Застосування моделей міжнародної комунікації на прикладах публічних звернень	11
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 3	
Тема: Ідентифікація міжкультурних бар'єрів у міжнародному діалозі	13
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 4	
Тема: Аналіз комунікативних помилок через невербальні жести в різних культурах	15
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2	
Комунікація в міжнародному публічному управлінні	18
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 5	
Тема: Аналіз прикладу публічної дипломатії держави у міжнародному інформаційному просторі	18
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 6	
Тема: Аналіз комунікаційної кампанії міжнародної організації	21
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 7	
ЗАНЯТТЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ	
Тема: Формування міжнародного іміджу держави: стратегічні підходи	24
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 8	
Тема: Аналіз прикладу кризової міжнародної комунікації держави	27
ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	31
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ БАЛІВ	33
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ДО ВИВЧЕННЯ КУРСУ	36

ПЕРЕДМОВА

Електронні методичні вказівки до практичних занять з навчальної дисципліни «Міжкультурні комунікації» складено відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістрів спеціальності D4 «Публічне управління та адміністрування».

Мета дисципліни: Формування у здобувачів системного розуміння процесів міжкультурних комунікацій, здобуття знань про механізми міжкультурної взаємодії, а також розвиток практичних навичок ефективного спілкування в глобалізованому світі.

Завдання дисципліни: Ознайомлення здобувачів з теоретичними основами міжкультурних комунікацій, вивчення механізмів міжкультурної взаємодії, опанування принципів ефективного спілкування в глобальному середовищі, аналіз ролі ЗМІ та цифрових технологій у міжнародному дискурсі, розвиток міжкультурної комунікативної компетентності, формування толерантного ставлення до культурного різноманіття та засвоєння етичних норм міжнародного спілкування.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен:

знати:

- теоретичні основи міжкультурних комунікацій і міжкультурної взаємодії;
- основні моделі, принципи та засоби міжкультурної комунікації;
- роль засобів масової інформації, цифрових технологій і соціальних мереж у процесах міжнародного спілкування;
- етичні та правові норми комунікаційної діяльності у міжнародному контексті;
- специфіку комунікацій у сфері публічного управління, дипломатії, міжкультурних відносин;

вміти:

- аналізувати комунікаційні процеси в міжнародному середовищі;
- ефективно спілкуватися в міжкультурному середовищі з урахуванням культурних особливостей;
- застосовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології для реалізації міжкультурних комунікацій;
- налагоджувати професійні контакти з представниками різних країн та культур;
- презентувати інформацію іноземною мовою на професійну тематику;
- оцінювати ефективність комунікаційних стратегій і пропонувати шляхи їх удосконалення.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

Основи міжкультурних комунікацій

ТЕМА 1. Вступ до міжкультурних комунікацій

Ознайомлення з поняттям міжкультурних комунікацій як системи обміну повідомленнями між країнами, культурами, урядами та організаціями. Вивчаються основні сфери їх застосування – дипломатія, міжнародна політика, бізнес, цифрова дипломатія. Розглядаються ключові елементи комунікаційного процесу: культурний контекст, канали, зміст повідомлення, зворотній зв'язок і бар'єри. Особлива увага приділяється викликам XXI століття: дезінформація, технологічна фрагментація, політична цензура, культурні відмінності та проблеми автоматичного перекладу. Лекція підкреслює, що міжнародна комунікація – це не лише технічний обмін, а й міжкультурна відповідальність і стратегічне мислення. Студенти вчаться розуміти наслідки власних повідомлень у глобальному контексті.

ТЕМА 2. Комунікаційні моделі в глобальному середовищі

Вивчають, як функціонує міжнародна комунікація як процес і чому важливо використовувати структуровані моделі для ефективного спілкування. Розглядаються базові моделі: Лассуелла (структурована передача повідомлень), Шеннона-Вівера (технічні аспекти та вплив шумів), Барнлунда (взаємодія в реальному часі). Аналізуються приклади використання моделей у публічному управлінні, зокрема при дипломатичних зверненнях, онлайн-перемовинах, комунікації через соцмережі. Наголошується на важливості врахування цільової аудиторії, каналів передачі, культурного контексту і потенційних бар'єрів. Студенти вчаться не лише знати моделі, а й застосовувати їх на практиці, плануючи ефективну міжнародну комунікацію.

ТЕМА 3. Міжкультурна комунікація: особливості та бар'єри

Вивчають, як культурні відмінності впливають на процес міжнародного спілкування. Розглядається поняття міжкультурної комунікації, що охоплює мову, невербальну поведінку, цінності, соціальні ролі. Аналізуються типові бар'єри: мовні, невербальні, соціально-культурні та перцептивні. Надаються приклади непорозумінь через культурні коди, жести, терміни. Особлива увага приділяється практичним принципам ефективної комунікації – адаптація стилю, уникнення жартів і сленгу, уважність до реакції партнера, залучення перекладачів. Студенти вчаться бути культурно чутливими, щоб будувати довіру й уникати конфліктів у міжнародному середовищі.

ТЕМА 4. Роль мови, символів і невербальних засобів у міжнародному спілкуванні

Досліджують, як невербальні сигнали, символи та мовні особливості впливають на ефективність міжнародної комунікації. Вивчається мова як не тільки засіб, але й бар'єр через культурні та семантичні відмінності. Аналізуються значення символів – прапорів, кольорів, одягу, історичних подій – у глобальному контексті. Значна увага приділяється невербальним елементам: міміці, жестам, дистанції, усмішці, які мають різне значення у різних культурах. Обговорюються практичні поради щодо адаптації поведінки до міжнародного середовища. Лекція формує у здобувачів візуально-комунікаційну чутливість і вміння читати невербальні «тексти» інших культур.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

Комунікація в міжнародному публічному управлінні

ТЕМА 5. Публічна дипломатія: як країни спілкуються зі світом

Студенти вивчають, як держави формують свій імідж, репутацію та взаємодіють з іноземною громадськістю. Розглядається відмінність між традиційною та публічною дипломатією, зокрема відкритість, креативність і використання соціальних мереж. Аналізуються приклади з України та світу -від звернень В. Зеленського до кампаній на кшталт «Be Brave Like Ukraine». Обговорюються форми публічної дипломатії: культурна, освітня, цифрова, ціннісна й кризова. Згадується концепція «м'якої сили» та сучасні підходи Public Diplomacy 2.0. Лекція формує у здобувачів розуміння важливості стратегічної комунікації як інструменту міжнародного впливу та довіри.

ТЕМА 6. Міжкультурні організації та їх комунікаційна політика

Студенти вивчають, як Міжкультурні організації формують глобальний порядок денний через комунікацію. Розглядається, як ці структури (ООН, ЄС, ВООЗ та ін.) впливають на світову спільноту, інформують населення, реагують на кризи та будують довіру. Аналізуються інструменти – соцмережі, конференції, відеокампанії, публічні звернення, офіційні звіти. Обговорюються приклади комунікаційної взаємодії з Україною. Лекція формує розуміння, як комунікація використовується в політичних, гуманітарних та освітніх ініціативах і як майбутнім управлінням ефективно співпрацювати з такими організаціями та представляти державу на глобальному рівні.

ТЕМА 7. Стратегії міжнародного іміджу держави

Знайомляться з поняттям національного іміджу як сукупності уявлень про країну у світі. Розглядаються фактори, що формують імідж: дії уряду, поведінка лідерів, культура, ЗМІ, бренди, діаспора та публічні особистості. Аналізуються успішні й негативні приклади з міжнародної практики – від «Cool Britannia» до «Be Brave Like Ukraine». Обговорюються інструменти іміджевої політики: брендинг, м'яка сила, культурна дипломатія, кризові комунікації. Лекція підкреслює, що імідж держави – це результат щоденної комунікації та репутаційної роботи, а майбутні управлінці повинні вміти її стратегічно будувати та підтримувати.

ТЕМА 8. Кризи та комунікація у міжкультурному публічному управлінні

Студенти вивчають роль ефективної комунікації під час надзвичайних ситуацій: воєн, пандемій, екологічних катастроф чи міжкультурних скандалів. Аналізується поняття кризової комунікації, її принципи – швидкість, чіткість, прозорість, єдність позицій і емпатія. Розглядаються ключові речники: президенти, дипломати, офіційні акаунти. Вивчаються інструменти: відеозвернення, брифінги, соцмережі, інфографіка. Стратегічні підходи включають: бути першим, говорити просто, визнавати помилки, діяти візуально. Через приклади України та світу лекція формує у здобувачів розуміння комунікації як ключового ресурсу довіри, мобілізації й репутації у міжнародному просторі.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття – це вид навчального заняття, спрямованого на засвоєння здобувачами теоретичних положень навчальної дисципліни шляхом виконання спеціально сформульованих завдань, що сприяє формуванню у них вмінь і навичок практичного застосування теоретичних знань.

Кожна тема дисципліни передбачає проведення практичних занять, в ході яких організовується обговорення зі студентами питань з тем, визначених робочою програмою, формуються вміння та навички застосування окремих положень навчальної дисципліни, виконуваних відповідно до наведених завдань індивідуально або в групах.

Підготовка до практичних занять розпочинається з опрацювання лекційного матеріалу, з урахуванням методичних рекомендацій до вивчення питань окремих тем, наведених в кожному практичному занятті. В процесі підготовки до практичних занять самостійна робота здобувачів є обов'язковою частиною навчальної роботи, без якої успішне і якісне засвоєння навчального матеріалу неможливе. В разі неможливості самостійного опанування певного питання здобувач може звернутись за консультацією до викладача дисципліни згідно з розкладом консультацій.

Практичні заняття з навчальної дисципліни «Міжкультурна комунікація» передбачають: проведення опитувань за матеріалом відповідної лекційної теми, дискусії з питань для обговорення, індивідуальне або групове розв'язання ситуаційних та аналітичних вправ, виконання контрольних робіт за змістовими модулями.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

Основи міжкультурних комунікацій

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 1

Тема: Аналіз прикладів міжкультурних комунікацій у публічному секторі.

Питання для обговорення

1. Які приклади публічних міжкультурних комунікацій існують у державній політиці?
2. Як формуються інформаційні повідомлення у міжнародному публічному дискурсі?
3. У чому полягають особливості комунікації на рівні державних органів?
4. Як аналізувати ефективність міжкультурних звернень?
5. Які особливості подачі інформації в міжурядових структурах?
6. Як впливає контекст і аудиторія на зміст повідомлення?

Форма контролю: усне опитування, підготовка презентації

Методичні рекомендації до вивчення питань теми 1

Здобувачам потрібно звернути увагу, що вивчення першої теми курсу закладає фундамент для розуміння публічного управління як процесу, що нерозривно пов'язаний із глобальним інформаційним простором. У ХХІ столітті міжкультурна комунікація перестала бути виключною прерогативою дипломатів у закритих кабінетах – сьогодні це прозорий, динамічний і надзвичайно складний процес, де будь-яка заява державного органу миттєво стає об'єктом аналізу для мільйонів людей у всьому світі. Головна мета цих рекомендацій – навчити Вас бачити за текстом офіційних повідомлень складну архітектуру сенсів, адаптовану під конкретну культуру та політичний контекст.

Стратегія формування повідомлення в міжнародному дискурсі

Міжнародна комунікація в публічному секторі ніколи не буває випадковою. Кожне інформаційне повідомлення проходить шлях від стратегічного задуму до лінгвістичної адаптації. Державні органи при формуванні меседжів враховують так званий «культурний фільтр» аудиторії. Це означає, що зміст повідомлення має корелювати з базовими цінностями, релігійними поглядами та історичним досвідом країни-реципієнта. Наприклад, звернення до західних партнерів часто апелюють до принципів ліберальної демократії та прав людини, тоді як комунікація з країнами Сходу може базуватися на концепціях стабільності, поваги до суверенітету та

довгострокового партнерства. Вміння обрати правильні етичні та емоційні орієнтири визначає, чи буде держава «почутою» на міжнародній арені.

Особливості комунікації в державному та міжурядовому секторах

Комунікація на рівні державних органів характеризується високим ступенем відповідальності та формалізації. На відміну від бізнес-комунікацій, де головною метою є прибуток, у публічному секторі на першому місці стоїть національний інтерес та репутаційна безпека. Використання професійних дипломатичних каналів, перевірених перекладацьких служб та алгоритмів цифрової дипломатії допомагає мінімізувати ризики виникнення комунікативних бар'єрів.

В міжурядових структурах, таких як ООН, ЄС чи НАТО, подача інформації має свої особливості: вона повинна бути максимально універсальною. Оскільки аудиторія таких структур складається з представників десятків різних культур, повідомлення очищуються від складних метафор, ідіом чи неоднозначних жестів, які можуть бути витлумачені хибно. Тут панує принцип «нейтральної професійності», де точність формулювань важить більше, ніж красномовство.

Аналіз ефективності та виклики сучасності

Для майбутнього управління важливо вміти критично оцінювати результативність міжкультурних звернень. Ефективність не завжди вимірюється швидкою згодою сторін. Часто вона полягає у запобіганні конфлікту, створенні позитивного медійного фону або формуванні довгострокової довіри. Під час аналізу звернень слід звертати увагу на те, як комунікатор долає сучасні виклики: дезінформацію, технологічну фрагментацію та «шуми», що виникають через автоматизований переклад штучним інтелектом. Ви маєте навчитися розрізняти, де повідомлення було спотворене технічно, а де – відомо маніпулятивно.

Практичний підхід до аналізу конкретних кейсів

Під час виконання практичної роботи вам пропонується роль аналітика-комунікатора. Обираючи приклад – чи то виступ Президента на міжнародному саміті, чи публікацію посольства у соціальних мережах – намагайтеся деконструювати його за наступною схемою:

1. Контекстуальний аналіз: за яких обставин з'явилося це звернення?
2. Аудиторний аналіз: чому обрано саме цей канал зв'язку (відео, текст, пост)?
3. Змістовний аналіз: які ключові символи та цінності були використані для подолання культурного розриву?

Такий підхід дозволить вам підготувати ґрунтовну відповідь для усного опитування, продемонструвавши розуміння того, що міжнародна комунікація – це не просто обмін інформацією, а мистецтво пошуку точок дотику між

різними ідентичностями заради спільної мети. Вивчення цієї теми допоможе вам усвідомити, що успіх публічного управління сьогодні прямо залежить від здатності бути зрозумілим у глобальному світі.

Джерела, рекомендовані до заняття:

[основна: 1–3; додаткова: 1–2; нормативно-правова база: 1].

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 2

Тема: Застосування моделей міжнародної комунікації на прикладах публічних звернень

Питання для обговорення

1. Які моделі комунікації найчастіше використовуються у міжкультурній практиці?
2. Як застосовується модель Лассуелла до звернень президентів?
3. Що спільного і відмінного між моделями Шеннона-Вівера та Барнлунда?
4. Як аналізувати комунікаційний процес на прикладі відеозвернення?
5. Які елементи звернення найбільш впливають на міжнародну аудиторію?
6. Як оцінюється ефективність комунікації за моделлю?

Форма контролю: усне опитування, підготовка презентації

Методичні рекомендації до вивчення питань теми 2

Здобувачі повинні розуміти: саме вивчення цієї теми переводить нас від загального розуміння комунікації до її структурного аналізу. Для державного службовця чи фахівця з міжнародних відносин моделі комунікації – це не просто теоретичні схеми, а «рентгенівські знімки» процесу, що дозволяють побачити, де повідомлення посилюється, а де воно може зазнати краху. Успіх України на міжнародній арені сьогодні значною мірою залежить від того, наскільки точно наші звернення відповідають критеріям ефективності, закладеним у класичних моделях.

Структурний аналіз за моделлю Г. Лассуелла

Модель Гарольда Лассуелла є базовим інструментом для аналізу політичних звернень, зокрема промов президентів. Вона дозволяє розкласти будь-який виступ на п'ять ключових елементів. Аналізуючи звернення Президента України до Європарламенту чи ООН, ми, перш за все, даємо відповідь на питання: хто є речником, що саме він намагається донести (ключовий меседж) та до кого він звертається. Важливим аспектом тут є канал

комунікації: вибір між прямою трансляцією, постом у Twitter (X) чи офіційним листом докорінно змінює сприйняття інформації. Кінцевим етапом аналізу за Лассуеллом завжди є ефект – чи була досягнута політична підтримка, чи відбулося емоційне залучення аудиторії та чи перетворилося це повідомлення на реальні дії партнерів.

Технічна точність та «шуми» за моделлю Шеннона-Вівера

На відміну від Лассуелла, модель Клода Шеннона та Воррена Вівера змушує нас звернути увагу на технічну та лінгвістичну сторону процесу. У міжнародному середовищі головною проблемою стають «шуми» – перешкоди, що викривляють зміст. Це може бути неточний синхронний переклад, технічні збої під час відеоконференції або складні дипломатичні терміни, які аудиторія в іншій культурі може декодувати (витлумачити) помилково. Для публічного управління ця модель є нагадуванням: мало підготувати правильний текст, потрібно забезпечити його безперебійну доставку та однозначне розуміння отримувачем.

Діалог та взаємодія: внесок моделі Д. Барнлунда

Якщо попередні моделі були переважно лінійними (від оратора до слухача), то модель Діна Барнлунда розглядає комунікацію як динамічний і безперервний процес. У міжнародній практиці це найкраще видно під час пресконференцій або взаємодії в соціальних мережах. Тут важливим є зворотний зв'язок: реакція світових лідерів, аплодисменти в залі, коментарі іноземних громадян під відеозверненням. За Барнлундом, повідомлення не є статичним – воно може коригуватися та уточнюватися безпосередньо в процесі спілкування, що надзвичайно важливо для побудови довірчих відносин між державами.

Оцінка ефективності та практичне застосування

Ефективність комунікації оцінюється за тим, наскільки успішно повідомлення пройшло всі етапи: від задуму через канали передачі (без втрат через «шуми») до отримання очікуваної реакції. Найбільший вплив на міжнародну аудиторію мають ті елементи звернення, які поєднують у собі чітку логіку (за Лассуеллом), ідеальну технічну реалізацію (за Шенноном) та відкритість до діалогу (за Барнлундом).

Під час роботи в групах на практичному занятті намагайтеся порівнювати різні типи звернень. Наприклад, виступ на офіційному саміті (де панує протокол і мінімум «шумів») та пост посольства у Facebook (де зворотний зв'язок миттєвий, але ризик «шумів» у вигляді дезінформації чи хейту значно вищий). Такий аналіз допоможе вам зрозуміти, яку модель краще застосувати для розв'язання конкретних управлінських завдань у глобальному середовищі.

Джерела, рекомендовані до заняття:

[основна: 2, 4; додаткова: 2–4; електронні ресурси: 1].

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 3

Тема: Ідентифікація міжкультурних бар'єрів у міжнародному діалозі

Питання для обговорення

1. Які види міжкультурних бар'єрів існують?
2. Як виявити мовні та соціокультурні відмінності в діалозі?
3. Як сприймається інакшість у комунікації?
4. У чому полягає небезпека стереотипів у міжкультурному обміні?
5. Як уникнути конфліктів у міжкультурній взаємодії?
6. Які є приклади успішного подолання бар'єрів?

Форма контролю: усне опитування, розв'язання практичних задач

Розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ

Студентам пропонується проаналізувати типові помилки в міжнародній практиці та запропонувати шляхи їх виправлення.

Ситуаційна вправа № 1. «Лінгвістична пастка»

- Ситуація: Під час офіційного інтерв'ю українського представника для японського медіахолдингу перекладач вжив термін, який замість «складної ситуації» прозвучав як «безповоротна катастрофа».
- Завдання: Визначте тип бар'єру. Як така емоційна неточність вплине на сприйняття інформації в культурі, де цінуються стриманість і зваженість?
- Шлях розв'язання: Необхідно вказати на мовний бар'єр. Рішення – попереднє узгодження ключових термінів з носієм мови та фокус на фактах, а не емоційних епітетах.

Ситуаційна вправа № 2. «Порушення невербального етикету»

- Ситуація: Українська делегація на перемовинах в Азії активно жестикулювала, перебивала партнерів для уточнення деталей та зверталася до старших за посадою осіб лише на ім'я.
- Завдання: Ідентифікуйте порушені бар'єри. Які наслідки це матиме для підписання фінальних документів?
- Шлях розв'язання: Тут наявні невербальні та соціокультурні бар'єри (порушення ієрархії). Рекомендується адаптувати поведінку: дотримуватися дистанції, витримувати паузи та суворо дотримуватися титулування.

Ситуаційна вправа № 3. «Цифрова комунікація та символізм»

- Ситуація: Посольство опублікувало у Facebook пост із використанням жесту «ОК» як символу успішних перемовин, проте отримало негативну

реакцію від аудиторії країни перебування, де цей жест вважається образливим.

- Завдання: Поясніть причину виникнення конфлікту через призму бар'єрів сприйняття.
- Шлях розв'язання: Це перцептивний бар'єр. Рішення – ретельна перевірка візуального контенту на відповідність місцевим культурним кодам перед публікацією.

Методичні рекомендації до вивчення питань теми 3

Здобувачі повинні знати, що для ефективної участі в міні-дискусії та якісного виконання письмової роботи слід опрацювати наступні теоретичні положення:

1. Класифікація міжкультурних бар'єрів У публічному управлінні важливо розрізняти природу виникнення перешкод:

- Мовні: не просто незнання мови, а невідповідність прямого перекладу контексту.
- Невербальні: відмінності в жестах, міміці, тривалості контакту очей та особистому просторі (дистанції).
- Соціокультурні: норми, що стосуються ієрархії, гендерних ролей, релігії та традицій.
- Перцептивні: суб'єктивне трактування інформації на основі стереотипів або попереднього негативного досвіду.

2. Виявлення відмінностей та сприйняття «інакшості». Сприйняття «іншого» часто супроводжується внутрішнім спротивом або нерозумінням. Успішний управлінець має бути «перекладачем культур». Виявити бар'єр можна за реакцією партнера: якщо спостерігається напруження, закриті пози або неочікувані паузи – це сигнал про культурний збій. Важливо пам'ятати: те, що для нас є «щирістю», для іншого може бути «агресією».

3. Стереотипи та їх небезпека. Стереотипи створюють хибне відчуття готовності до діалогу. Небезпека полягає в спрощенні: коли ми бачимо не конкретного партнера, а «типового представника» країни. Це веде до конфліктів, оскільки реальність міжнародної політики завжди складніша за шаблони.

4. Стратегії подолання бар'єрів:

- Адаптація повідомлення: використання універсальних термінів (наприклад, «гуманітарна катастрофа» замість локальних описів втрат);
- Нейтральність: відмова від іронії, сленгу та жартів, які майже ніколи не перекладаються адекватно;
- Спостереження: постійний моніторинг невербальних сигналів партнера та готовність змінити тактику спілкування в процесі.

Резюме для студента: Міжкультурна компетентність – це не лише знання іноземної мови, а насамперед знання контексту. Вміння ідентифікувати та обійти бар'єр є ключовою ознакою професійної етики в сучасному глобальному світі.

Джерела, рекомендовані до заняття:

[основна: 1, 3–4; додаткова: 3–5].

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 4

Тема: Аналіз комунікативних помилок через невербальні жести в різних культурах

Питання для обговорення

1. Що таке невербальна комунікація?
2. Як різняться жести в азіатській, європейській і американській культурах?
3. Які жести можуть спричинити непорозуміння?
4. Як аналізувати невербальну поведінку політичних лідерів?
5. У чому полягає важливість проксеміки та кінесики?
6. Які рекомендації для міжкультурного невербального спілкування?

Форма контролю: Усне опитування, розв'язання ситуаційних вправ, підготовка презентації

Контрольна робота за змістовим модулем 1

Розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ

Під час заняття пропонується розібрати наступні ситуаційні вправи, спираючись на методику спостереження за невербальною поведінкою.

Ситуаційна вправа № 1. «Символізм одягу та міміки»

- Ситуація: Під час онлайн-звернення до іноземного парламенту лідер держави з'являється у футболці кольору хакі без краватки, використовує стриману міміку та періодично кладе руку на серце.
- Завдання: Проаналізуйте ці символи. Як вони впливають на формування образу «близькості до народу» та «щирості»?
- Шлях розв'язання: Необхідно вказати, що одяг тут виступає політичним висловлюванням, а рука на серці – невербальним закликком до довіри.

Ситуаційна вправа № 2. «Конфлікт простору та пауз»

- Ситуація: Під час зустрічі представник арабської країни намагається скоротити дистанцію для розмови, що викликає дискомфорт у європейського колеги. Водночас партнер із Китаю тривалий час мовчить після поставленого запитання.
- Завдання: Поясніть причину дискомфорту через поняття проксемики та мовчання як знаку поваги.
- Шлях розв'язання: Слід пояснити, що в арабській культурі мала дистанція є ознакою довіри, а в Китаї мовчання – це вияв поваги, а не пасивності.

Методичні рекомендації до вивчення питань теми 4

Для успішного обговорення кейсів та виконання письмової роботи здобувачам потрібно опрацювати наступний матеріал. Опрацюйте наступний матеріал:

1. Суть невербальної комунікації. Невербальна комунікація становить від 70 % до 90 % усього обміну інформацією. Це «мова тіла», яка включає жести, пози, контакт очей, швидкість мовлення та паузи. У міжнародній політиці ці сигнали допомагають зрозуміти щирість намірів партнера ще до початку промови.

2. Культурні розбіжності в жестах та поведінці. Жести не є універсальними. Студентам слід знати базові відмінності:

- Усмішка: у США – це стандарт ввічливості, у Скандинавії вона може сприйматися як нещирість.
- Контакт очей: може означати як відкритість (Європа), так і виклик або навпаки – вияв поваги через його уникнення (деякі культури Азії).
- Дистанція (проксемика): представники контактних культур (Південна Америка, Близький Схід) вимагають меншого простору, ніж мешканці Північної Європи.

3. Аналіз поведінки політичних лідерів. Аналізуючи виступ лідера, звертайте увагу на відповідність невербальних сигналів контексту події. Наприклад, відсутність краватки на офіційному прийомі може бути як помилкою, так і свідомим символом мобілізації. Важливо оцінювати, чи не виникає «фальші» між словами та жестами.

4. Роль кінесики та проксемики:

- Кінесика (рухи тіла, міміка) допомагає підсилити вербальне повідомлення;
- Проксемика (використання простору) вказує на рівень близькості та поваги до ієрархії в міжнародному діалозі.

5. Рекомендації для міжкультурного спілкування:

- Тренаж нейтральності: у сумнівних ситуаціях краще зберігати універсально ввічливу, стриману поведінку;
- Вивчення символіки: перед візитом перевіряйте значення кольорів та жестів у країні перебування, щоб уникнути ненавмисних образ;
- Читання контексту: фокусуйтеся не лише на словах, а й на паузах та тембрі голосу співрозмовника.

Порада студенту: Використовуйте під час дискусії ресурси типу «UN Web TV» або «BBC World», щоб знайти приклади невербальних помилок або успішних жестів у реальному часі. Пам'ятайте, що публічний управлінець має бути «перекладачем культур», який читає контекст без слів.

Контрольна робота за змістовим модулем 1

Контрольна робота за змістовим модулем 1 виконується на практичному занятті, передбачає проходження тестових завдань (20 тестових завдань) з вивчених тем відповідного змістового модуля та виконується письмово. За кожну правильну відповідь на одне тестове завдання здобувач отримує 1,0 бал.

Питання для підготовки до контрольної роботи

1. Дайте визначення міжкультурної комунікації в контексті публічного управління та назвіть її основні сфери застосування.
2. Які ключові елементи міжнародного комунікаційного процесу виділяють у сучасній теорії?
3. Охарактеризуйте модель Г. Лассуелла: назвіть 5 запитань, на яких вона базується, та поясніть їх значення для аналізу промов лідерів.
4. У чому полягає основна особливість технічної моделі Шеннона-Вівера? Що таке «комунікаційний шум»?
5. Порівняйте лінійні моделі (Лассуелл) та трансакційні (Барнлунд). У чому роль зворотного зв'язку в міжнародному діалозі?
6. Як цифрова дипломатія та соціальні мережі змінили канали передачі інформації в публічному секторі?
7. Класифікуйте основні види міжкультурних бар'єрів та наведіть приклади кожного з них.
8. Поясніть різницю між мовним та соціокультурним бар'єрами. Як неточний переклад може спричинити політичний конфлікт?
9. Що таке «бар'єри сприйняття» (перцептивні бар'єри) і як минулий досвід аудиторії впливає на декодування повідомлення?
10. Чому стереотипи вважаються небезпечним інструментом у міжкультурному обміні на рівні державних органів?

11. Які стратегії подолання міжкультурних бар'єрів є найбільш ефективними для публічного управління?
12. Що таке невербальна комунікація та яку частку інформації вона передає у відсотковому співвідношенні згідно з дослідженнями?
13. Розкрийте поняття «кінесика» та «проксемика». Наведіть приклади їх впливу на перебіг міжнародних перемовин.
14. Як різняться стандарти дистанції (проксемика) у представників європейських та арабських культур?
15. Охарактеризуйте роль візуальних символів у міжнародній комунікації (наприкладі кольорів, одягу або національної атрибутики).
16. Поясніть на прикладах, як один і той самий жест (наприклад, усмішка або контакт очей) може мати протилежні значення в різних культурах.
17. Як публічний управлінець може використовувати невербальні сигнали для створення образу «щирості» та «відкритості»?
18. За якими критеріями оцінюється ефективність міжкультурного звернення згідно з вивченими моделями?
19. Опишіть алгоритм аналізу відеозвернення політичного лідера: на що варто звертати увагу в першу чергу?
20. Чому знання «культурного контексту» є важливішим за ідеальне володіння іноземною мовою в міжнародній комунікації?

Джерела, рекомендовані до заняття: [основна: 3–5; додаткова: 4–6]

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

Комунікація в міжнародному публічному управлінні

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 5

Тема: Аналіз прикладу публічної дипломатії держави у міжнародному інформаційному просторі

Питання для обговорення

1. Що таке публічна дипломатія?
2. Які формати публічної дипломатії реалізуються на міжнародному рівні?
3. Як країни формують свій імідж через інформаційні кампанії?
4. Які приклади «м'якої сили» існують?
5. Як культурні проєкти впливають на сприйняття держави?
6. Які рольові актори задіяні в публічній дипломатії?

Форма контролю: усне опитування, розв'язання практичних задач, презентація

Розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ

Мета роботи

Навчитися визначати інструменти публічної дипломатії, розуміти меседжі, тон і вплив міжнародних комунікацій на аудиторію. Навчитись розпізнавати, як саме країна формує свій імідж.

Що потрібно зробити (поетапно):

1. *Обери приклад публічної дипломатії* (один із доступних онлайн):

- ✓ Відеозвернення глави держави до іноземної аудиторії;
- ✓ Пост або відео в соцмережах МЗС/президента (Twitter, Instagram, Facebook);
- ✓ Культурний захід, який висвітлюється в ЗМІ;
- ✓ Освітня програма або проєкт для іноземців.

Порада: обирай приклад, де чітко видно що говорить країна, до кого звертається, як намагається впливати.

2. *ПРОАНАЛІЗУЙ ЗМІСТ* (у письмовій формі)

Приклад аналізу (скорочено):

Обране звернення: Кампанія "Be Brave Like Ukraine"

Що відбулося: Відео/плакати з меседжем про сміливість українців поширювались по всьому світу.

Хто говорить: Уряд України, агенції комунікації.

До кого звертається: Громадяни інших країн, міжнародні ЗМІ, бізнеси, лідери думок.

Мета звернення: Сформувати імідж сильної, мужньої, відкритої до світу країни.

Тон і стиль: Натхненний, емоційний, графічно простий і яскравий.

Інструменти публічної дипломатії: Іміджева кампанія + цифрова дипломатія.

Моє враження: Дуже сильне послання, працює як бренд країни, запам'ятовується.

Джерела прикладів:

Тип звернення	Джерело	Формат
Звернення Зеленського	YouTube -Office of the President	Відео
Кампанії	brave.ua / uaposition / ЗМІ	Сайт, постери
Пости МЗС	Twitter: @MFA_Ukraine	Соцмережі
Культурні події	ukrainianinstitute.org	Звіти, афіші
Освітні ініціативи	studyinukraine.gov.ua	Сайт, презентації

Вимоги до оформлення:

Формат: Times New Roman, 14 кегль, міжрядковий інтервал 1,5

Обсяг: 1 сторінка

Мова: українська

Структура: за пунктами, як у прикладі

Методичні рекомендації до вивчення питань теми 5

Здобувачі повинні розуміти: при опрацюванні теоретичного блоку необхідно зосередитись на розмежуванні понять «традиційна» та «публічна» дипломатія. Основна увага має бути приділена суб'єкт-об'єктним відносинам: якщо традиційні дипломатичні відносини є закритими та реалізуються за схемою «уряд-уряд», то публічна дипломатія спрямована на іноземну громадськість через відкриті канали комунікації.

1. Ключовим об'єктом вивчення є концепція «м'якої сили» (*Soft Power*), запропонована Джозефом Наєм. Студент повинен усвідомити, що вплив держави на міжнародній арені сьогодні досягається не через примус, а через формування привабливого образу національної культури, політичних цінностей та зовнішньої політики.

2. Стратегічні цілі та інструментарій

Вивчення практичного аспекту теми передбачає аналіз цілей, які переслідує держава в інформаційному просторі:

- Формування пізнаваності: створення чіткої асоціації з брендом країни;
- Корекція іміджу: робота над покращенням репутації перед потенційними інвесторами та партнерами;
- Залучення підтримки: мобілізація міжнародної допомоги (гуманітарної, військової чи економічної) через емоційний та ціннісний зв'язок.

Студенти мають розрізняти форми реалізації цієї стратегії: від культурних та освітніх програм (наприклад, Fulbright чи інститути Гете) до цифрової дипломатії через соціальні мережі (Twitter, Instagram).

3. Методика проведення прикладного аналізу

Під час підготовки до практичного заняття студент має обрати конкретний кейс (кампанію, звернення чи захід) та деконструювати його за наступними параметрами:

- Комунікатор та реципієнт: чітке визначення того, хто транслює повідомлення та на яку іноземну групу воно розраховане (лідери думок, бізнес-середовище чи пересічні громадяни);
- Зміст та меседж: виявлення центральної ідеї, яку країна намагається донести до світу (наприклад, «Україна -символ сміливості»);
- Тональність комунікації: аналіз емоційного забарвлення – від натхненного та патріотичного до офіційно-ділового;

- Інструментальна складова: визначення поєднання цифрових платформ з іміджевими заходами.

4. Ризики та ефективність комунікації

Окрему увагу слід приділити «антиприкладом» публічної дипломатії. Управлінський аналіз має включати оцінку можливих провалів, таких як втрата довіри через брак чесності, агресивний стиль спілкування або культурні помилки, що призводять до викривленого сприйняття держави.

Результат вивчення теми: формування вміння презентувати державу як відкриту та надійну структуру, що здатна вести конструктивний діалог зі світовою спільнотою.

Джерела, рекомендовані до заняття:

[основна: 2, 6; додаткова: 1–2; електронні ресурси: 1–2].

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 6

Тема: Аналіз комунікаційної кампанії міжнародної організації

Питання для обговорення

1. Які міжкультурні організації найбільш активно реалізують комунікаційні кампанії?
2. Які методи використовуються для інформування громадськості?
3. Як обираються канали комунікації?
4. У чому полягає стратегічне планування комунікацій?
5. Як міжкультурні організації реагують на кризові події?
6. Приклади успішної та неуспішної комунікації міжкультурних інституцій.

Форма контролю: усне опитування, розв'язання практичних задач

Розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ

Завдання 1.

Мета: Ознайомитися з прикладом, як міжнародна організація проводить комунікацію для світової аудиторії. Навчитися визначати основні меседжі, цілі, інструменти та тон таких кампаній.

Що потрібно зробити (поетапно):

1. *Обери приклад*

Один з наступних (будь-який, який є у вільному доступі):

- Кампанія ООН про права людини, екологію, мир;

- Відео або публікація ЄС, що пояснює переваги співпраці з Україною;
- Комунікація ВООЗ під час пандемії COVID-19 (відео, допис у Twitter);
- Презентація або пост НАТО про безпеку та єдність;
- Онлайн-кампанія ЮНІСЕФ про допомогу дітям у зонах конфлікту.

2. Переглянь/прочитай обране звернення

Обери фрагмент відео (1-3 хвилини) або текст (1-2 абзаци), в якому є зрозумілий меседж.

3. Зроби аналіз у письмовій формі

Приклад виконання:

- Обрана кампанія: «Stand Up for Human Rights» (ООН)
- *Що відбулося:* Глобальна відео-кампанія на підтримку прав людини.
- *Хто говорить:* Організація Об'єднаних Націй.
- *До кого звертається:* До молоді, активістів, громадян по всьому світу.
- *Мета:* Надихнути людей захищати свої права й бути активними.
- *Інструменти:* Відео, хештеги, сторіс в Instagram, графіка.
- *Тон і стиль:* Натхненний, рівний, позитивний.
- *Моє враження:* Дуже сучасна, легко зрозуміла, з сильним емоційним впливом.

Джерела прикладів:

Організація	Джерело	Формат
ООН	un.org, YouTube, Instagram	Відео, кампанії
ЄС	europa.eu, euneighbourseast.eu	Публікації, проекти
ВООЗ	who.int, Twitter @WHO	Пост, відео
ЮНІСЕФ	unicef.org, Facebook @UNICEF	Кампанії, інфографіка
НАТО	nato.int, YouTube NATOChannel	Пресреліз, відео

Вимоги до оформлення:

- Формат: Times New Roman, 14 кегль, міжрядковий інтервал 1,5
- Обсяг: 1–3 сторінки
- Мова: українська
- Структура: за пунктами, як у прикладі

Дискусійні питання до теми практичної роботи «Аналіз комунікаційної кампанії міжнародної організації», які допоможуть глибше розкрити матеріал під час обговорення:

1. Що, на вашу думку, є більш ефективним у комунікації міжнародних організацій – апеляція до емоцій (наприклад, кадри з дітьми в кампаніях ЮНІСЕФ) чи надання сухої статистичної інформації? Чому?

2. Чи повинна міжнародна організація (наприклад, ООН чи ВООЗ) змінювати свій основний меседж залежно від країни, де він транслюється, чи цінності мають залишатися універсальними для всіх народів?
3. Де проходить межа між висвітленням реальної проблеми (наприклад, наслідків пандемії чи війни) та «шоковим контентом», який може порушувати етичні норми або викликати відторгнення в аудиторії?
4. Чи можуть такі серйозні інституції як НАТО чи ЄС використовувати неформальні платформи на кшталт TikTok для серйозних політичних меседжів? Чи не шкодить це їхньому авторитету (іміджу)?
5. Чи можна вважати комунікаційну кампанію успішною лише за кількістю переглядів і лайків у соцмережах, якщо реальна ситуація (наприклад, рівень дотримання прав людини) у світі не змінюється?

Методичні рекомендації до вивчення питань теми 6

Здобувачам важливо усвідомити, що міжнародні організації виступають «посередниками» та «старшими» у глобальному масштабі, які допомагають країнам домовлятися та діяти спільно. Основна увага має бути зосереджена на тому, що ці структури вирішують спільні проблеми людства: від миру та безпеки до зміни клімату й прав людини.

Комунікація для міжнародних організацій – це не просто поширення інформації, а стратегічний інструмент впливу. Слід звернути увагу на такі функції комунікації:

- Роз'яснення політики: донесення складних рішень до широких мас;
- Реагування на кризи: швидке інформування під час пандемій чи конфліктів;
- Формування довіри: створення позитивної репутації організації у світі;
- Суспільний тиск: вплив на окремі держави через формування глобальної громадської думки.

Для ефективного засвоєння матеріалу проаналізуйте різноманітність інструментів, які використовують провідні інституції:

- Соціальні мережі: використання сучасних платформ (Instagram, TikTok) для охоплення молодіжної аудиторії;
- Офіційні канали: прес-конференції, звіти та саміти для експертного середовища;
- Візуалізація: використання інфографіки та коротких відео для пояснення складних тем (наприклад, алгоритми дій під час COVID-19 від ВООЗ).

Метою практичної роботи є аналіз конкретної комунікаційної кампанії. При виконанні завдання дотримуйтесь наступного алгоритму:

- Вибір об'єкта: Оберіть організацію (ООН, ЄС, ВООЗ, НАТО або ЮНІСЕФ) та конкретний приклад їхнього звернення (відео, пост чи презентацію);
- Структурування аналізу: Обов'язково визначте цільову аудиторію (до кого звертаються), основну мету (чого хочуть досягти) та обраний тон спілкування (офіційний, натхненний, застережливий);
- Оформлення: Дотримуйтесь технічних вимог (шрифт Times New Roman, 14 кегль, обсяг до 1 сторінки).

Майбутнім фахівцям з публічного управління важливо розуміти, як представляти інтереси своєї країни на міжнародній арені. Пам'ятайте: у сучасному світі перемагає той, хто має найсильніший голос і здатний найкраще пояснити свою позицію.

Міжнародні організації – це потужні медіа-суб'єкти, що формують картину світу. Вміння аналізувати їхні меседжі є критичною навичкою для сучасного професіонала.

Джерела, рекомендовані до заняття:

[основна: 4, 6; додаткова: 1, 5; електронні ресурси: 2].

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 7

ЗАНЯТТЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ЗДОБУВАЧІВ

Тема: Формування міжнародного іміджу держави: стратегічні підходи

Питання для обговорення

1. Що таке імідж держави?
2. Які фактори впливають на міжнародний імідж?
3. Як брендинг країни використовується у дипломатії?
4. Які стратегії формування іміджу застосовують успішні країни?
5. Яка роль лідера держави в іміджі країни?
6. Як оцінити ефективність іміджевої кампанії?

Форма контролю: розв'язання практичних задач, презентація

Розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ

1. Умова та завдання

Уявіть себе співробітником міжнародного агентства з репутаційного менеджменту. Ваше завдання – провести критичний розбір існуючого бренду країни та запропонувати стратегічне рішення для його посилення.

Виберіть одну країну для аналізу:

- Україна (кампанія «Be Brave Like Ukraine»);
- Велика Британія (кампанія «GREAT Britain»);
- Південна Корея (феномен «Hallyu» або «K-Wave»);
- Естонія (бренд «e-Estonia»).

Завдання складається з трьох обов'язкових частин:

- 1) Репутаційний SWOT-аналіз: Складіть матрицю (сильні/слабкі сторони, можливості/загрози) не для економіки країни, а саме для її сприйняття у світі;
- 2) Деконструкція стратегії: Визначте, на що робиться ставка у цій кампанії: на «М'яку силу» (культура, цінності) чи на «Hard Power» (безпека, технології). Поясніть чому;
- 3) Креативний антикриз: Запропонуйте, як за допомогою інструментів публічної комунікації нівелювати одну слабку сторону (Weakness) вашої країни, яку ви знайшли у першій частині.

2. Пояснення логіки виконання (Як це робити)

Для того, щоб робота була змістовною, дотримуйтесь цього алгоритму:

Крок 1: Робота зі SWOT-аналізом

- Сильні сторони (S): Шукайте те, що іноземці згадують першим. Наприклад, для Естонії це не ліси, а цифрові послуги (Skype, e-residency);
- Слабкі сторони (W): Це стереотипи або реальні проблеми. Корупція, бюрократія або «закритість» нації;
- Можливості (O): Це глобальний контекст. Наприклад, світова мода на еко-продукти – це можливість для аграрної країни;
- Загрози (T): Це те, що може зруйнувати імідж ззовні (пропаганда інших країн, зміна політичних настроїв у союзників).

Крок 2: Аналіз «М'якої сили» (Soft Power)

Подумайте, як держава завойовує симпатії без примусу. Якщо ви обрали Південну Корею, ви повинні пояснити, як серіали (Netflix) та музика (K-pop) змушують людей вивчати мову та купувати корейські товари. Це і є стратегічний підхід.

Крок 3: Стратегічне мислення в антикризі

Ваша пропозиція має бути логічною. Якщо у вашої країни імідж «небезпечної держави», не варто пропонувати просто «зробити гарну рекламу». Краще запропонувати запросити 100 топових блогерів світу, щоб вони на власні очі побачили безпеку та комфорт, – це робота з лідерами думок.

3. Рекомендації до оформлення

- Текст: Подається у вигляді аналітичного звіту (1.5–3 сторінки).
- Стиль: Офіційно-діловий, з чіткими аргументами.

- Головний акцент: Ви маєте довести, що міжнародний імідж – це не картинка, а стратегічний актив, який допомагає державі виживати та розвиватися.

Це завдання вимагає від студента не просто прочитати лекцію, а самостійно знайти інформацію про сприйняття країни у світі та спрогнозувати наслідки комунікаційних кроків.

Методичні рекомендації до вивчення питань теми 7

При вивченні питань даної теми здобувачам слід звернути увагу на те, що міжнародний імідж держави не є статичним декоративним елементом, а виступає динамічним стратегічним ресурсом, що визначає суб'єктність країни на світовій арені. Ефективність іміджевої стратегії вимірюється ступенем довіри міжнародної спільноти, що конвертується у реальні політичні дивіденди, інвестиційну привабливість та обсяги міжнародної допомоги.

Слід усвідомити, що формування цілісного образу держави відбувається через багаторівневу систему комунікацій:

- Офіційний рівень: Діяльність уряду, МЗС та дипломатичних місій, які формують ключові меседжі та реагують на кризові ситуації;
- Персоналізований рівень: Роль лідерів держави як «публічного обличчя» країни, чий стиль поведінки та риторика стають символами національних цінностей (наприклад, Володимир Зеленський як символ боротьби та гідності);
- Культурно-інформаційний рівень: Вплив «мовчазних дипломатів» – митців, спортсменів та відомих брендів, які формують емоційну прихильність до країни без прямого політичного тиску;
- Громадянський рівень: Активність діаспори, волонтерів та звичайних громадян, чії дії в інформаційному просторі та за кордоном щоденно підкріплюють або руйнують загальну репутацію.

Важливо розуміти, що сучасні стратегії іміджмейкінгу базуються на поєднанні двох фундаментальних підходів:

1. М'яка сила (Soft Power): Здатність досягати цілей через привабливість культури, освіти, моральних авторитетів та цінностей, що змушує інші нації добровільно вивчати мову чи купувати товари цієї країни (наприклад, феномен «Hallyu» у Південній Кореї).
2. Тверда сила (Hard Power): Акцент на безпекових гарантіях, технологічній спроможності (як-от естонський бренд «e-Estonia») та спроможності захистити свій суверенітет.

Здобувачам необхідно оволодіти методикою репутаційного SWOT-аналізу, де об'єктом дослідження виступає саме зовнішнє сприйняття:

- Сильні сторони (S): Унікальні переваги, які першими згадують іноземці (цифрові послуги, культурна спадщина, сміливість);
- Слабкі сторони (W): Існуючі негативні стереотипи, такі як корупція, бюрократія чи недостатня відкритість;
- Можливості (O): Глобальний контекст і тренди (еко-мода, цифровізація), які можна використати для підсилення національного бренду;
- Загрози (T): Зовнішні чинники, включаючи ворожу пропаганду та зміну геополітичних настроїв союзників.

Окрему увагу слід приділити креативному антикризу. Слід усвідомити, що подолання репутаційних криз вимагає не просто реклами, а глибокої роботи з лідерами думок (блогерами, журналістами) та створення реальних приводів для зміни дискурсу навколо слабких сторін держави.

Джерела, рекомендовані до заняття:

[основна: 2, 5–6; додаткова: 1, 4; електронні ресурси: 1]

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 8

Тема: Аналіз прикладу кризової міжнародної комунікації держави

Питання для обговорення

1. Що таке кризова комунікація?
2. Які етапи побудови комунікації під час кризи?
3. Як впливають інформаційні повідомлення на міжнародну аудиторію в кризовий період?
4. Які приклади антикризових звернень існують?
5. У чому полягає значення швидкості реакції?
6. Які комунікативні помилки допускають лідери у кризах?

Форма контролю: усне опитування, розв'язання практичних задач, презентація

Контрольна робота за змістовим модулем 2

Розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ

Завдання

Мета : Ознайомитись із прикладом кризової комунікації в міжнародному публічному управлінні, проаналізувати меседжі, канали, швидкість і ефективність реакції.

Що потрібно зробити (поетапно):

1. Обери приклад кризової комунікації

Один з таких (або знайди подібний в інтернеті):

- Комунікація уряду під час COVID-19 (українського або міжнародного);
- Реакція президента США після 11 вересня 2001 року;
- Звернення уряду Японії після аварії на Фукусімі;
- Будь-яка сучасна кризова ситуація (екологічна, дипломатична, військова).

2. Проаналізуй обраний приклад

Структура аналізу:

- Що сталося: короткий опис самої кризи
- Хто говорив: посада/ім'я, репрезентативність
- Коли і як: час, платформа (відео, текст, соцмережі тощо)
- Меседжі: що було сказано, основні ідеї
- Інструменти: які канали та формати використано
- Тон і стиль: емоційність, чіткість, відкритість
- Реакція публіки: довіра, підтримка, критика
- Моє враження: коротка особиста оцінка ефективності

Приклад виконання (скорочено):

- Що сталося: початок повномасштабного вторгнення РФ
- Хто говорив: Президент України В. Зеленський
- Коли і як: 24 лютого 2022, відеозвернення
- Меседжі: «Ми не боїмося», «Ми будемо боротись», «Ми єдині»
- Інструменти: відео в соцмережах, трансляція на ТБ
- Тон і стиль: впевнений, спокійний, емпатичний
- Реакція: масова підтримка в Україні та за кордоном
- Враження: дуже сильне звернення – коротко, чітко, з надією

Вимоги до оформлення:

- Формат: Times New Roman, 14 кегль, міжрядковий інтервал 1,5
- Обсяг: 1–2 сторінки
- Мова: українська
- Структура: за пунктами, як у прикладі

Контрольна робота за змістовим модулем 2

Контрольна робота за змістовим модулем 2 виконується на практичному занятті, передбачає проходження тестових завдань (20 тестових завдань) з вивчених тем відповідного змістового модуля та виконується письмово. За кожну правильну відповідь на одне тестове завдання здобувач отримує 1,0 бал.

Питання для підготовки до контрольної роботи

1. Поняття публічної дипломатії: Дайте визначення та поясніть, чим вона відрізняється від традиційної дипломатії.

2. Інструменти «М'якої сили» (Soft Power): Що це таке та які приклади (культура, освіта, бренди) ви можете навести?
3. Еволюція дипломатії: Що означає термін «Публічна дипломатія 2.0» у контексті розвитку соціальних мереж?
4. Роль міжнародних організацій: Навіщо ООН, ЄС чи ВООЗ потрібна активна комунікаційна політика?
5. Формати комунікації міжнародних організацій: Які інструменти вони використовують для впливу на світову громадськість?
6. Міжнародний імідж як бренд: Чому репутація країни безпосередньо впливає на її економіку та інвестиції?
7. Суб'єкти формування іміджу: Хто, окрім уряду, бере участь у створенні образу держави на міжнародній арені?
8. Концепція «Твердої сили» (Hard Power): Як військова міць та технологічна перевага впливають на сприйняття держави?
9. Культурна дипломатія: Наведіть приклади, як кіно, музика або фестивалі допомагають країні здобувати прихильників.
10. Репутаційний SWOT-аналіз: Як проаналізувати сильні та слабкі сторони іміджу держави (на прикладі України чи Естонії)?
11. Кризова комунікація: Що це за система дій і чому швидкість реакції є критичною в умовах кризи?
12. Принципи комунікації в надзвичайних ситуаціях: Поясніть важливість прозорості та єдності позиції органів влади.
13. Кризова дипломатія в Україні: Як змінився імідж України після 2022 року завдяки активній комунікації лідерів держави?
14. Роль лідера у кризі: Як публічні звернення (наприклад, В. Зеленського) впливають на світову підтримку?
15. Інформаційні загрози: Що таке ворожа пропаганда і як вона може зруйнувати міжнародний імідж?
16. Цифрова дипломатія: Як акаунти МЗС у Twitter чи TikTok допомагають доносити правду під час конфліктів?
17. Кейс «e-Estonia»: Як цифровізація послуг стала головним брендом цілої країни?
18. Кейс «Hallyu» (Корейська хвиля): Як Південна Корея використовує поп-культуру для просування своїх товарів?
19. Помилки в комунікації: Які дії держави можуть призвести до швидкої втрати міжнародної довіри?
20. Стратегічне мислення в антикризі: Як за допомогою публічної комунікації нівелювати слабку сторону репутації (наприклад, стереотип про корупцію)?

Методичні рекомендації до вивчення питань теми 8

При вивченні питань теми здобувачам слід звернути увагу, що під кризовою комунікацією розуміють систему стратегічних дій, спрямованих на оперативне інформування та підтримку довіри у моменти найвищої невизначеності. Ефективність комунікації в умовах війни, пандемії чи техногенних катастроф є ключовим критерієм дієздатності органів публічного управління на міжнародній арені. Вона визначає, наскільки швидко держава здатна опанувати інформаційний порядок денний, запобігти паніці та нейтралізувати ворожі маніпуляції.

Слід усвідомити, що антикризова комунікація базується на чотирьох взаємопов'язаних принципах:

- Оперативність – здатність першими повідомити факти, щоб задати тон подальшому сприйняттю події світовою спільнотою;
- Прозорість – готовність надавати чесну інформацію (навіть про власні помилки), що є основою довгострокової довіри;
- Єдність позиції – сувора узгодженість меседжів усіх гілок влади для уникнення дезорієнтації аудиторії;
- Емпатія – здатність вести діалог мовою цінностей та почуттів, демонструючи розуміння потреб громадян.

Важливо розуміти, що стратегічне управління кризою охоплює три часові виміри: превентивна підготовка (моніторинг ризиків та створення протоколів), активне реагування (цілодобова присутність у медіаполі та пряма взаємодія з іноземними партнерами) та посткризове відновлення репутації. Особливу увагу варто приділити сучасному українському досвіду, де поєднання цифрової дипломатії, щоденних звернень лідера та візуальної доказовості подій стало глобальним стандартом ефективної комунікації в екстремальних умовах.

Здобувачам необхідно усвідомити, що головною метою цієї діяльності є не приховування негативу, а мінімізація репутаційних та безпекових втрат через професійну роботу з інформаційними потоками. Успішна комунікація перетворює кризу з фактора руйнації на можливість продемонструвати стійкість та згуртованість держави перед обличчям глобальних викликів.

Джерела, рекомендовані до заняття:

[основна: 5–6; додаткова: 1, 5–6; нормативно-правова база: 1; електронні ресурси: 1–2]

ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Що таке міжнародна комунікація?
2. У яких сферах застосовується міжнародна комунікація?
3. Чим міжнародна комунікація відрізняється від міжособистісної?
4. Які основні виклики стоять перед міжнародною комунікацією у XXI столітті?
5. Що таке дезінформація і яку роль вона відіграє у міжнародному спілкуванні?
6. Як соціальні мережі впливають на міжнародну комунікацію?
7. У чому суть моделі Лассуелла?
8. Як працює модель Шеннона-Вівера?
9. Що таке шум у комунікації згідно з моделлю Шеннона?
10. Чим відрізняється модель Барнлунда від інших моделей?
11. Як обрати комунікаційну модель залежно від цільової аудиторії?
12. Наведіть приклад застосування моделі Лассуелла в міжнародному зверненні.
13. Що таке міжкультурна комунікація?
14. Назвіть основні бар'єри міжкультурного спілкування.
15. У чому полягає перцептивний бар'єр?
16. Яку роль відіграє культурний контекст у міжкультурній комунікації?
17. Як уникнути комунікаційних помилок у міжнародному діалозі?
18. Як впливає релігія на міжкультурну комунікацію?
19. Які існують види невербальних комунікаційних сигналів?
20. Які жести мають різне значення у різних культурах?
21. Чому важливо враховувати міміку, інтонацію та погляд у міжнародному діалозі?
22. Як невербальна поведінка впливає на сприйняття офіційних звернень?
23. Що таке проксемика і як вона різниться між культурами?
24. Що таке публічна дипломатія?
25. У чому різниця між традиційною та публічною дипломатією?
26. Назвіть приклади сучасної публічної дипломатії України.
27. Які форми публічної дипломатії існують?
28. Як працює цифрова дипломатія?
29. У чому суть концепції «м'якої сили»?
30. Як міжкультурні організації реалізують свою комунікаційну політику?
31. Наведіть приклад комунікаційної кампанії ООН.
32. Які особливості комунікаційної стратегії ВООЗ?
33. Які інструменти комунікації використовує ЄС?

34. Як НАТО формує свій міжнародний імідж?
35. Що таке міжнародний імідж держави?
36. Які чинники впливають на формування іміджу країни?
37. Як працює національний брендинг?
38. Назвіть приклади державних кампаній з формування іміджу.
39. У чому значення культурної дипломатії у формуванні іміджу?
40. Що таке кризова комунікація?
41. Які принципи ефективної кризової комунікації?
42. Наведіть приклад кризового звернення президента.
43. Як комунікація впливає на довіру під час кризи?
44. Які помилки можуть допустити лідери у кризовій комунікації?
45. Як аналізувати публічне звернення за моделлю Лассуелла?
46. Які канали доцільно використовувати для міжнародної комунікації?
47. Як створити ефективне звернення для міжнародної аудиторії?
48. Які ресурси можна використати для аналізу міжкультурні звернень?
49. Як оцінити ефективність іміджевої кампанії?
50. Які комунікативні навички потрібні фахівцю з публічного управління у міжнародному середовищі?

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ТА РОЗПОДІЛ БАЛІВ

Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти за різними видами роботи

Вид роботи	Кількість балів
Поточний контроль:	
– Опитування за питаннями відповідної теми на практичному занятті, участь здобувачів в обговоренні проблемних питань	від 0 до 3
– Підготовка доповіді/презентації за вказаною темою	від 0 до 4
– Розв’язання практичних задач, ситуаційних вправ	від 0 до 3
Періодичний контроль	
– Контрольна робота за змістовими модулями у формі тестування	0–20

Вид роботи	Бали	Критерії оцінювання
Опитування запитаннями відповідної теми на практичному занятті, участь здобувачів в обговоренні проблемних питань	0 балів	Здобувач не бере участь у практичному занятті, є лише спостерігачем; ніколи не виступає і не задає питання, незацікавлений у вивченні матеріалу; дає неправильні відповіді на запитання, показує незадовільне знання понятійного апарату і літературних джерел
	1 бал	Здобувач іноді бере участь в практичному занятті; частково виступає і задає питання; допускає помилки під час відповідей на запитання; показує пасивну роботу на практичних заняттях; показує фрагментарні знання понятійного апарату і літературних джерел; показує невміння публічно представляти матеріал
	2 бали	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки
	3 бали	Здобувач бере активну участь у практичному занятті; демонструє глибокі знання, дає повні та детальні відповіді на запитання; бере активну участь у обговоренні проблемних питань, користується додатковою навчально-методичною та науковою літературою; вміє сформулювати своє ставлення до певної проблеми; висловлює власні міркування, наводить доцільні приклади; вміє знаходити найбільш адекватні форми розв’язання суперечностей; здатний публічно представити матеріал
Підготовка доповіді та презентації за вказаною темою	0 балів	Не зараховуються доповіді та презентації, які виконані не самостійно або запозичені з мережі Інтернет
	1 бал	Доповідь та презентація виконані самостійно, проте не опрацьована актуальність теми, теоретичний аналіз дано описово, змістовний матеріал представлений схематично, у висновку сформульовані загальні висновки (або вони взагалі відсутні), тема не розкрита, робота не відповідає вимогам
	2 бали	Доповідь та презентація виконані самостійно, оформлення відповідає вимогам із незначними порушеннями, опрацьована актуальність теми, теоретичний аналіз містить неточності, але усно здобувач пояснює матеріал впевнено і за допомогою викладача виправляється, змістовний матеріал представлений добре, у висновку сформульовані загальні висновки, тема загалом розкрита із незначними прогалинами, інформація у презентації подана з посиланням на джерела, однак вони оформлені із помилками

	3 бали	Доповідь та презентація виконані самостійно, оформлення відповідає вимогам, опрацьована актуальність теми із зазначенням не вирішених раніше аспектів, теоретичний аналіз ґрунтовний та самостійний, здобувач усно та без допомоги викладача пояснює матеріал, змістовний матеріал представлений добре, у висновку сформульовані самостійні висновки, тема загалом розкрита, інформація у презентації подана із використанням самостійно розроблених схем, малюнків, містить посилання на джерела, які відповідно оформлені та є актуальними
	4 бали	Доповідь та презентація виконані самостійно та оригінально, оформлення відповідає вимогам, актуальність теми повністю розкрита із зазначенням не вирішених раніше аспектів, правильно визначені об'єкт і предмет, гіпотеза власного дослідження, метод відповідає тематиці та поставленій задачі, теоретичний аналіз ґрунтовний та самостійний, здобувач вільно презентує матеріал; зміст презентації не перевантажений слайдами з текстовим матеріалом; у висновку сформульовані самостійні ґрунтовні судження, підкріплені фактичними доказами, інформація на слайдах подана переважно схематично із використанням самостійно розроблених малюнків, графіків, містить посилання на джерела, які відповідно оформлені та є актуальними
Розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій	0 балів	Здобувач практичну задачу, ситуаційну вправу, проблемну ситуацію не виконав
	1 бал	Здобувач виконав практичну задачу, розв'язав ситуаційну вправу, проблемну ситуацію, але недостатньо розкрив сутність, допускаючи при цьому суттєві неточності; відсутні сформовані уміння та навички дослідження і обґрунтування висновків; використано обмежену кількість джерел
	2 бали	Здобувач виконав практичну задачу, розв'язав ситуаційну вправу, проблемну ситуацію, повною мірою обґрунтовує обрані методи та інструменти дослідження, повно і чітко представляє основні теоретичні поняття для аналізу практичного матеріалу; в аналітичній / розрахунковій частині надає повноцінний аналіз проблеми, що досліджується, її всебічне висвітлення, у висновку формулює розгорнуті висновки, окрім рекомендованої літератури використовує додаткову, демонструє знання змісту відповідних нормативно-правових актів
	3 бали	Здобувач виконав практичну задачу, розв'язав ситуаційну вправу, проблемну ситуацію, повною мірою демонструє володіння навичками наукового дослідження; виявляє самостійність у підборі, аналізі та узагальненні відповідної статистичної та аналітичної інформації; із розглянутої проблеми робить чіткі вірні висновки. Здобувач виконує задачу, розв'язує ситуаційну вправу, проблемну ситуацію з творчим підходом, використовуючи нешаблонні фрази, демонструє розгорнуте, цікаве бачення, яке відрізняється власними роздумами, висновками; окрім рекомендованої літератури використовує додаткову, демонструє знання змісту відповідних нормативно-правових актів
Контрольна робота за змістовним модулем у формі тестування	0 балів	Відповідь на запитання неправильна
	1 бал	Відповідь на запитання правильна

**Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти за результатами
поточного, періодичного та підсумкового контролю**

Теми практичних занять	Кількість балів за вид роботи	Разом балів
Змістовий модуль 1. Основи міжкультурних комунікацій		
Практичне заняття 1. Аналіз прикладів міжкультурних комунікацій у публічному секторі	0–3 (опитування) 0–4(підготовка презентації)	0–7
Практичне заняття 2. Застосування моделей міжнародної комунікації на прикладах публічних звернень	0–3 (опитування) 0–4(підготовка презентації)	0–7
Практичне заняття 3. Ідентифікація міжкультурних бар'єрів у міжнародному діалозі	0–3 (розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій) 0–3 (опитування) 0–4(підготовка презентації)	0–10
Практичне заняття 4. Аналіз комунікативних помилок через невербальні жести в різних культурах	0–3 (розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій) 0–3 (опитування)	0–6
Контрольна робота за ЗМ 1 (тестування)	0–20	0–20
Змістовий модуль 2. Комунікація в міжнародному публічному управлінні		
Практичне заняття 5. Аналіз прикладу публічної дипломатії держави у міжнародному інформаційному просторі	0–3(розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій) 0–3 (опитування) 0–4 (презентація)	0–10
Практичне заняття 6. Оцінка комунікаційної стратегії міжнародної організації	0–3 (розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій) 0–3 (опитування)	0 -6
Заняття для самостійної роботи здобувачів7. Формування міжнародного іміджу держави: стратегічні підходи	0–3 (розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій) 0–4 презентація	0–7
Практичне заняття 8. Аналіз прикладу кризової міжнародної комунікації держави	0–3 (розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій) 0–3 (опитування) 0–1 презентація	0–7
Контрольна робота за ЗМ 2 (тестування)	0–20	0–20
Загалом сума балів	0–100	0–100

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ ДО ВИВЧЕННЯ КУРСУ

Основна література

1. Бокова П. Фонові знання в міжкультурній комунікації носіїв іспанської і української мов // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. 2023. Вип. 44. С. 133–144. DOI: 10.17721/2663-6530.2023.44.13.
2. Міжкультурна комунікація в контексті глобалізаційного діалогу: стратегії розвитку : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 25–26 листоп. 2022 р.). Львів – Торунь : Liha-Pres, 2022. Ч. 1. 384 с.
3. Мова і міжкультурна комунікація: теорія та практика : зб. матеріалів III Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 25 трав. 2022 р.). Полтава : ПДАУ, 2022. 286 с.
4. Мова і міжкультурна комунікація: теорія та практика : зб. матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 22 берез. 2023 р.). Полтава : ПДАУ, 2023. 306 с.
5. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Германістика та міжкультурна комунікація. Херсон : ХДУ, 2023. Вип. 1.
6. Зражевська Н. І., Безчотнікова С. Ukrainian medialandscape in the time of war (2022–2024): transformation, response to the war, dynamics of media consumption // Інтегровані комунікації. 2024. № 2(18). С. 6–14. DOI: 10.28925/2524-2644.2024.181.

Додаткова література

1. Безчотнікова С., Зражевська Н. Ukrainian medialandscape in the time of war (2022–2024): transformation, response to the war, dynamics of media consumption // Інтегровані комунікації. 2024. № 2(18). С. 6–14.
2. Міжкультурна комунікація в контексті глобалізаційного діалогу: стратегії розвитку : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 25–26 листоп. 2022 р.). Львів – Торунь : Liha-Pres, 2022. Ч. 1. 384 с.
3. Мова і міжкультурна комунікація: теорія та практика : зб. матеріалів III Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 25 трав. 2022 р.). Полтава : ПДАУ, 2022. 286 с.
4. Мова і міжкультурна комунікація: теорія та практика : зб. матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 22 берез. 2023 р.). Полтава : ПДАУ, 2023. 306 с.
5. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Германістика та міжкультурна комунікація. Херсон : ХДУ, 2023. Вип. 1.
6. Бокова П. Фонові знання в міжкультурній комунікації носіїв іспанської і української мов // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. 2023. Вип. 44. С. 133–144. DOI: 10.17721/2663-6530.2023.44.13.

Нормативно-правова база

1. Конституція України : Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
2. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
3. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>

Електронні інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Європейського Союзу. URL: <https://europa.eu>
2. Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України.
URL: <https://mfa.gov.ua>
3. Офіційний сайт Організації Об'єднаних Націй. URL: <https://www.un.org>
4. Офіційний сайт НАТО. URL: <https://www.nato.int>
5. Офіційний сайт Всесвітньої організації охорони здоров'я.
URL: <https://www.who.int>

Навчальне видання

МІЖКУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ

ЕЛЕКТРОННІ МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до практичних занять
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності D4 Публічне управління та адміністрування

Електронне практичне видання

Укладач:

Козловцева Валентина Анатоліївна

В авторській редакції

Затв. авт. 16.07.2026. Шрифт Times New Roman.
Системні вимоги: операційна система сумісна з програмним забезпеченням
для читання файлів формату PDF.
Обсяг 1,2 МБ. Зам. № 3197.

Видавець:

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
вул. Змієнка Всеволода, буд. 2, м. Одеса, 65001, Україна
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 8592 від 23.03.2026 р.
Тел.: (048) 723 28 39, e-mail: druk@onu.edu.ua