**ПЕРЕЗАТВЕРДЖЕНО**

Вченою радою факультету

педагогічних технологій та освіти впродовж життя

23 вересня 2022 р., протокол № 1

Голова Вченої ради

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Оксана ЧЕРНИШ

**ПЕРЕЛІК ПИТАНДО ЕКЗАМЕНУ**

**з навчальної дисципліни**

**«****ПРОПАГАНДА ТА МАНІПУЛЯЦІЇ»**

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр»

спеціальності 052 Політологія

освітньо-професійна програма «Політичний менеджмент і PR»факультет педагогічних технологій та освіти впродовж життя

кафедра філософсько-історичних студій та масових комунікацій

Рекомендовано на засіданні кафедри філософсько-історичних студій

та масових комунікацій

протокол № 2 від 22 вересня 2022 р.

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Вадим СЛЮСАР

Розробники: д. філос. н., доц.

Вадим СЛЮСАР,

ас. Микола СЛЮСАР

Житомир

2022 – 2023 н.р.

|  |  |
| --- | --- |
| № п/п | Зміст питання |
| 1 | Поняття «пропаганда». Види пропаганди: політична та соціологічна. |
| 2 | Гарольд Дуайт Лассвелл та його праця «Теорія політичної пропаганди».  |
| 3 | Пропаганда та маніпуляція: спільні та відмінні риси. |
| 4 | Місце і роль пропаганди в сучасному світі.  |
| 5 | Стратегічна мета та тактичні цілі пропаганди |
| 6 | Пропаганда та маніпулятивні практики стародавнього світу.  |
| 7 | Пропаганда та маніпулятивні практики в епохи Середньовіччя та Відродження.  |
| 8 | Пропаганда та маніпулятивні практики в Новий час та в ХІХст.  |
| 9 | Пропаганда в роки Першої світової війни та в міжвоєнний період (1919-1939 рр.).  |
| 10 | Діяльність політорганів Червоної Армії серед військ противника в міжвоєнний період.  |
| 11 | Пропаганда нацистської Німеччини напередодні другої світової війни.  |
| 12 | Пропаганда Німеччини та СРСР під час другої світової війни.  |
| 13 | Пропаганда в СРСР у 50-80-ті рр. ХХ ст.  |
| 14 | Пропаганда в росії у ХХІ ст. |
| 15 | Основні характеристики пропаганди. Ознаки пропаганди.  |
| 16 | Основні структурні компоненти пропаганди.  |
| 17 | Форми технологій інформаційного охоплення. |
| 18 | Види пропаганди.  |
| 19 | Прийоми пропаганди.  |
| 20 | Методи пропаганди: Ствердження, Повторення, «тримай крадія». |
| 21 | Методи пропаганди: «заговорювання», «буденна розповідь», ефект ореолу. |
| 22 | Методи пропаганди: «ефект бумеранга», «ефект Стрейзанд», «ефект первинності». |
| 23 | Методи пропаганди: «класифікатори», «очевидці подій», «констатація факту». |
| 24 | Фактори психологічного плану пропаганди.  |
| 25 | Психологічні засади висновків у пропагандистській промові.  |
| 26 | Умови, які обумовлюються як завданнями пропагандиста, так і незалежними від них реальними обставинами.  |
| 27 | Послідовність розгляду позицій під час пропагандистської роботи.  |
| 28 | Емпіричні закони використання емоцій та інтелекту. |
| 29 | Маніпулофобія як соціальне явище.  |
| 30 | Сутність масового впливу. Особистість як об’єкт масового впливу.  |
| 31 | Види масового впливу.  |
| 32 | Психологічні масові впливи.  |
| 33 | Види масового психологічного впливу: масове (емоційне) зараження, масова сугестія, масова маніпуляція. |
| 34 | Масовокомунікаційна регуляція.  |
| 35 | Основний механізм поведінки мас.  |
| 36 | Призначення масифікатора.  |
| 37 | Природа маніпуляцій: культурні передумови маніпуляції, маніпулятивна природа соціуму, міжособистісні відносини, індивідуальні джерела маніпуляції, інструментальна природа маніпуляцій, телеологічна природа. |
| 38 | Зміст та підходи розуміння сугестії в масових комунікаціях.  |
| 39 | Феномен сугестії. Сугестія та переконання.  |
| 40 | Сугестія як комунікативна технологія.  |
| 41 | Сугестивні підходи до здійснення маніпуляції: психоаналітично орієнтований, гіпнотичний підхід, підхід за допомогою еріксонівського гіпнозу, підхід нейролінгвістичного програмування (НЛП)).  |
| 42 | Техніки НЛП: задіяність каналів; багаторівневе приєднання, масова емпатія; рефреймінг; візуально-кінестетична дисоціація/асоціація; створення ймовірного майбутнього.  |
| 43 | Контрсугестія. Три рівні організації психологічного захисту людини: соціальний, соціально-груповий, індивідуально-особистісний.  |
| 44 | Види психологічного захисту.  |
| 45 | Контрсугестивні прийоми самозахисту: затаювання (маскування), ігнорування, фільтрація, створення альтернатив, включення історичної пам’яті, зміна мови. Сугестивний характер сучасної реклами. |
| 46 | Психологічний вплив як феномен. Поняття психологічного впливу.  |
| 47 | Принципи здійснення психологічного впливу. |
| 48 | Вплив в контексті спілкування. «Суб'єкт - суб'єктний» і «суб'єкт - об'єктний» характер впливу.  |
| 49 | Опір об'єкта впливу.  |
| 50 | Технологія психологічного впливу.  |
| 51 | Класифікація методів психологічного впливу.  |
| 52 | Прийоми впливу. |
| 53 | Засоби психологічного впливу.  |
| 54 | Вплив за допомогою стимулювання сенсорної системи об'єкта.  |
| 55 | Мовні засоби впливу.  |
| 56 | Невербальні компоненти комунікації як засіб психологічного впливу.  |
| 57 | Маніпуляція: визначення, основні ознаки.  |
| 58 | Види маніпулятивного впливу.  |
| 59 | Складові маніпуляції.  |
| 60 | Маніпулятивна технологія.  |
| 61 | Механізми маніпулятивного впливу.  |
| 62 | Маніпуляція масовою свідомістю. |
| 63 | Основні складові маніпуляції масовою свідомістю.  |
| 64 | Мова як основний засіб психологічної маніпуляції.  |
| 65 | Маніпуляції сферою почуттів.  |
| 66 | Основні шляхи протистояння маніпулятивному впливу. |
| 67 | Стратегеми політичного маніпулювання.  |
| 68 | Методи політичного маніпулювання.  |
| 69 | Прийоми політичного маніпулювання: прийоми, націлені на механізми психічного відображення, та прийоми, що впливають на механізми психічного врегулювання. |
| 70 | Основні фази процесу політичного маніпулювання.  |
| 71 | Технологічний характер стереотипів у політичному маніпулюванні.  |
| 72 | Політичне міфотворення як технологія політичного маніпулювання.  |
| 73 | Політичний імідж та його місце у політичному маніпулятивному впливові.  |
| 74 | Політичний ритуал як технологія політичного маніпулювання.  |
| 75 | Чутки та їх місце в політичних маніпуляціях. |
| 76 | Суть невербального маніпулювання.  |
| 77 | Основні функції невербального маніпулювання.  |
| 78 | Невербальні засоби спілкування: просодія та екстралінвістика, кінесика, такесика та проксеміка.  |
| 79 | Невербальне формування іміджу та імітація емоційних станів як інструменти маніпулювання.  |
| 80 | Невербальні маніпулятивні прийоми. Інтерретація невербальної поведінки.  |
| 81 | Прийоми маніпулювання суспільною свідомістю, що використовуються в сучасній комерційній рекламі: евфемізація, підміна понять. порівняння на користь маніпулятора, переосмислення, імплантована оцінка, мовне скріплення, імплікатура, риторичні питання.  |
| 82 | Маніпуляційні техніки в шокуючій і скандальній рекламі.  |
| 83 | Негативні емоції в рекламі. |
| 84 | Таргетована реклама.  |
| 85 | Вірусна реклама. |
| 86 | Верифікація контенту як процес та акт підтвердження справжності даних. |
| 87 | Перевірка походження контенту, зображень, відео, авторства.  |
| 88 | Верифікація тролінгового контенту.  |
| 89 | Верифікація фейкового контенту.  |
| 90 | Моніторинг мережевих ресурсів.  |
| 91 | Специфіка контенту соціальних мереж.  |
| 92 | Жанри котенту «Facebook».  |
| 93 | Специфіка контенту в «YouTube».  |
| 94 | Технологія веб-хвилі. |