**Завдання з навчальної дисципліни «Пропаганда і контрпропаганда»**

**Ознайомитися із запропонованими темами.**

**Тема 1**

**Пропаганда як форма комунікації та предмет наукових студій**

1. Підходи до інтерпретації поняття «пропаганда».
2. Співвідношення понять «політична пропаганда», «агітація», «політична реклама», «соціальна реклама», «ідеологія», «піар».
3. Пропаганда та маніпуляція: спільні та відмінні риси.
4. Місце і роль пропаганди в сучасному світі.

**Література:**

1. Макаренко Л. П. Сутність, роль та основні прийоми політичної пропаганди. *Гілея*. 2014. № 83. <http://www.gileya.org/download.php?id=102>
2. Павлов Д. Політична пропаганда: до визначення поняття. *Гілея*. 2013. № 79 <http://www.gileya.org/index.php?ng=library&cont=long&id=98>
3. Супермаркет пропаганди: США <https://adastra.org.ua/blog/supermarket-propagandi-ssha>
4. Bernays E. Propaganda. Rossendale: Desert, 2018, 170 p.

**Завдання на вибір (виконане 1 завдання у форматі Word надіслати на електронну пошту):**

* Проаналізуйте статтю «Супермаркет пропаганди: США» і прокоментуйте, наскільки пропаганда властива демократичному суспільству.
* Продемонструйте приклади пропаганди у різні історичні епохи.
* Чи завжди пропаганда має маніпулятивний характер?
* Е. Бернейс визначав розглядав пропаганду у контексті організації хаоса. Що він мав на увазі?
* Прокоментуйте цитату А. Гітлера (з урахуванням результатів втілення її ідей у практиці нацистської політики) щодо характеру спрямованості пропаганди «*Вся пропаганда повинна бути доступною, і її інтелектуальний рівень повинен бути підлаштованим до рівня сприйняття найбільш неінтелектуального з тих, кому вона адресована. Тобто висота розумового напруження повинна бути знижена пропорційно чисельності мас, які вона повинна захопити... Здатність мас до сприйняття дуже обмежена, і їхня здатність розуміти дуже мала*». (цитата за Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник/ за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.)

**Тема 2. Сугестія та контрсугестія**

1. Зміст та підходи розуміння сугестії в масових комунікаціях.
	1. Феномен сугестії. Сугестія та переконання. Сугестія як комунікативна технологія.
	2. Сугестивні підходи до здійснення маніпуляції: психоаналітично орієнтований, гіпнотичний підхід, підхід за допомогою еріксонівського гіпнозу, підхід нейролінгвістичного програмування (НЛП)).
2. Сугестивні техніки. Техніки НЛП: задіяність каналів; багаторівневе приєднання, масова емпатія; рефреймінг; візуально-кінестетична дисоціація/асоціація; створення ймовірного майбутнього.
3. Контрсугестія. Три рівні організації психологічного захисту людини: соціальний, соціально-груповий, індивідуально-особистісний. Види психологічного захисту. Контрсугестивні прийоми самозахисту: затаювання (маскування), ігнорування, фільтрація, створення альтернатив, включення історичної пам’яті, зміна мови.

**Завдання на вибір (виконане 1 завдання у форматі Word надіслати на електронну пошту):**

1. Опрацювати розділ СУГЕСТІЯ У РЕКЛАМНІЙ ПРАКТИЦІ <https://stud.com.ua/63443/marketing/sugestiyi_reklamnoy_praktitsi> і підготувати приклади сугестивник практик у вітчизняній рекламі.
2. Опрацювати статтю Сугестія як вид маніпуляції в українській блогосфері <https://matrix-info.com/sugestiya-yak-vyd-manipulyatsiyi-v-ukrayinskij-blogosferi/> і викласти в письмовій формі власні судження з теми «У чому труднощі становлення вітчизняної блогосфери і як запобігти сугестивним впливам в ній?»
3. Опрацювати статтю: 5 міфів про НЛП з якими настав час розпрощатися <https://alunika.com/uk/5-mifiv-pro-nlp-z-yakimi-nastav-chas-rozproshhatisya/> і викласти в письмовій формі власні судження з теми «Міфічні та наукові джерела застосування НЛП».

**Література:**

1. Твердохліб О., Гайович Г. Сугестія та її прояви в сучасному інформаційному просторі держави. *Науковий вісник: Державне управління*. 2022, 1(11). С. 222–239. [https://doi.org/10.33269/2618-0065-2022-1(11)-222-239](https://doi.org/10.33269/2618-0065-2022-1%2811%29-222-239)
2. Горова С. В. Особа в інформаційному суспільстві: виклики сьогодення : монографія. Київ: НБУВ, 2017. 450 c. Підрозділ «Сугестивні технології як компонент інформаційної війни». <http://nbuviap.gov.ua/images/nauk-mon/Osoba_v_informaciynomu_suspilstvi.pdf>
3. Руденко Н. В. Сугестія як засіб формування громадської думки в сучасних англомовних інтернет-виданнях: інформаційно-комунікаційні стратегії та способи їх реалізації : дис. ... д-ра філософії : 061. Суми, 2022. 235 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/88567/3/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%A0%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9D.%D0%92..pdf>

**Тема 3. Механізми та технології політичного маніпулювання**

**Завдання на вибір (виконане 1 завдання у форматі Word надіслати на електронну пошту):**

***Заняття 1***

1. Стратегеми політичного маніпулювання.
2. Методи політичного маніпулювання.
3. Прийоми політичного маніпулювання: прийоми, націлені на механізми психічного відображення, та прийоми, що впливають на механізми психічного врегулювання.
4. Основні фази процесу політичного маніпулювання.

***Заняття 2***

1. Технологічний характер стереотипів у політичному маніпулюванні.
2. Політичне міфотворення як технологія політичного маніпулювання.
3. Політичний імідж та його місце у політичному маніпулятивному впливові.
4. Політичний ритуал як технологія політичного маніпулювання.

**Література:**

1. Була С. П. Свідерська О. І. Соціальні мережі як інструмент політичної маніпуляції.*Політикус : наук. журнал*. 2020. № 4. С. 21–25.[http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/10335/1/Bula%2c%20Sviderska.pdf](http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/10335/1/Bula%2C%20Sviderska.pdf)
2. Руденко Н. В. Сугестія як засіб формування громадської думки в сучасних англомовних інтернет-виданнях: інформаційно-комунікаційні стратегії та способи їх реалізації : дис. ... д-ра філософії : 061. Суми, 2022. 235 с.<https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/88567/3/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%A0%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9D.%D0%92..pdf>
3. Арабаджиєв Д. Ю., Сергієнко Т. І. Політична маніпуляція та інформаційно-психологічна безпека в політичних відносинах. *Політикус: наук. журнал.* 2020. № 2. С. 36–44.[http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/9448/1/Arabadzhiev%2cSergienko.pdf](http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/9448/1/Arabadzhiev%2CSergienko.pdf)
4. Мошак Д. С. Сучасні політичні маніпуляції: політико-комунікаційний та політико-технологічний виміри.*Політикус : наук. журнал*. 2020. № 4. С. 42–46.<http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/10338/1/Moshak.pdf>
5. Сиволовська О.В. Рекламний креатив: Конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2016. 192 с. [http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/2956/1/Конспект%20лекцій.pdf](http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/2956/1/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9.pdf)
6. Стадник А. Г. Засоби пропаганди та інформаційна зброя в сучасній інформаційній війні.*Перспективи*. 2016 №1. С. 112-121.<http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/9974/1/Stadnik%202016.pdf>
7. Яковлев Д. В. Пострадянські виклики демократизації: медіакратія, пропаганда, «партія влади».*Політикус : наук. журнал*. 2015. № 2. С. 26–29.