**ТЕМИ ДЛЯ ДОПОВІДЕЙ**

1. Роль емоційного резонансу в політичному лідерстві: приклади з історії та сучасності
2. Вплив когнітивних упереджень на сприйняття політичних меседжів
3. Психологічні бар’єри проти політичного впливу
4. Етичні аспекти використання психологічних методів у політичній рекламі
5. Соціальна конформність як інструмент ідеологічного впливу
6. Роль стереотипів у формуванні політичної ідентичності
7. Соціально-психологічні методи маніпуляції в епоху цифрових технологій
8. Ефективність апеляції до авторитету в політико-ідеологічних кампаніях
9. Психологічні закономірності впливу цільової реклами на вибір поведінки
10. Роль нейролінгвістичного програмування в політичних дебатах
11. Вплив великих даних про маніпуляцію виборцями
12. Як психотехнології змінюють сучасні виборчі процеси

**1. Аналіз випадку:** Виберіть реальний приклад політичного впливу (наприклад, промова політики, кампанія в соціальних мережах чи пропаганда під час вибору). Проаналізуйте, які психологічні аспекти (емоції, когнітивні упередження, мотивація) використовувалися для впливу на аудиторію.

Дайте відповідь на наступні питання

* Опишіть спокійно та цільову аудиторію.
* Визначте основні психологічні механізми (страх, довіра, ідентифікація).
* Оцініть ефективність впливу з точки зору досягнення політичної мети.

**2. Аналіз тексту/медіа:** Виберіть політичну промову, статтю чи відео (наприклад, пропагандистський ролик) і проаналізуйте, які соціально-психологічні механізми використовують (конформність, соціальний вплив, стереотипи).

Дайте відповідь на наступні питання:

* Визначте цільову аудиторію та мету впливу.
* Опишіть конкретні методи (наприклад, апеляція до групової ідентичності, створення “ми проти них”).
* Оцініть, наскільки ці методи ефективні для досягнення ідеологічної мети.

**3. Дослідження кампанії:** Виберіть реальну вибірку відповідно (наприклад, президентські вибірки в Україні чи США) і проаналізуйте, які психотехнології використовувалися (цільова реклама, нейролінгвістичне програмування, маніпуляція даними). Дайте відповідь на наступні питання:

* Опишіть контекст кампанії та цільову аудиторію.
* Визначте конкретні психотехнології (наприклад, створення “страху змін” чи використання “ефекту першого враження”).
* Оцініть їх вплив на результати вибору.