**Практичне заняття № 4.**

**Психологічні аспекти здійснення пропаганди**

1. Фактори психологічного плану пропаганди.
2. Психологічні засади висновків у пропагандистській промові.
3. Умови, які обумовлюються як завданнями пропагандиста, так і незалежними від них реальними обставинами.
4. Послідовність розгляду позицій під час пропагандистської роботи.
5. Емпіричні закони використання емоцій та інтелекту.

**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>
2. Макаренко Л. П. Сутність, роль та основні прийоми політичної пропаганди. *Гілея*. 2014. № 83. <http://www.gileya.org/download.php?id=102>
3. 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>
4. Павлов Д. Політична пропаганда: до визначення поняття. *Гілея*. 2013. № 79 <http://www.gileya.org/index.php?ng=library&cont=long&id=98>
5. 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>
6. Супермаркет пропаганди: США <https://adastra.org.ua/blog/supermarket-propagandi-ssha>
7. Bernays E. Propaganda. Rossendale: Desert, 2018, 170 p.

**ЗАВДАННЯ**

1. *Яким чином слід побудувати пропагандистську промову, якщо аудиторія настроєна вороже до доповідача?*
2. *Які психологічні чинники будуть позначати «білу», «чорну» та «сіру» пропаганду?*
3. *Як закон новизни в переконанні відрізняється від закону першості, і як це можна використовувати в пропаганді?*
4. *Які емоційні та інтелектуальні бар'єри людина може використовувати для захисту від надмірної пропаганди?*
5. *Цілеспрямованість політичної пропаганди – це чітке уявлення про той загальний результат, який повинен бути досягнутий в результаті пропагандистського впливу. Для того, щоб пропаганда була цілеспрямованою, в ній обов'язково мають бути присутні три компоненти:* 
   * **логос** – змістова (свідомо-логічна) сторона;
   * **етос** – ідеологічна (морально-етична) основа;
   * **пафос** – емоційно-психологічна (несвідома) сторона.

Проаналізуйте відео відомої пропагандистської промови Мартіна Лютера Кінга 28 серпня 1963 р. «Я маю мрію» (англ. «I have a dream»). Визначте (виокреміть), де в цій промові застосовуються три компоненти цілеспрямованої пропаганди: етос, логос та пафос.

Посилання на відео: <https://www.youtube.com/watch?v=eXg5vD-0lyY>