

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
 ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
 КАФЕДРА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗАТВЕРДЖУЮ
 Декан факультету
 В. В. Костюк
 «06» 02 2023 року

СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ ПРОПАГАНДИ
РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Підготовки бакалаврів
 очної (денної) та заочної (дистанційної) форм здобуття освіти
 спеціальності 061 «журналістика»
 освітньо-професійні програми «Журналістика», «Реклама і зв'язки з громадськістю»,
 «Редакторсько-видавнича справа та медіамоделювання»

Укладач: Баранецька Анна Дмитрівна, к.н.соц.ком, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності

Обговорено та ухвалено
 на засіданні кафедри соціальних
 комунікацій та інформаційної діяльності
 Протокол №5 від "06" грудня 2022 р.
 Завідувач кафедри


 (підпис) В.В.Березенко
 (ініціали, прізвище)

Ухвалено науково-методичною радою
 факультету журналістики
 Протокол № 5 від "30" січня 2023 р.
 Голова науково-методичної ради
 факультету


 (підпис) Н.В. Романюк
 (ініціали, прізвище)

1. Опис навчальної дисципліни

Галузь знань, спеціальність, освітня програма рівень вищої освіти	Нормативні показники для планування і розподілу дисципліни на змістові модулі	Характеристика навчальної дисципліни
		очна (денна) форма здобуття освіти
Галузь знань 06 – «журналістика»	Кількість кредитів – 3	<u>Вибіркова</u>
		Цикл професійної підготовки вільного вибору студента
Спеціальність 061 – «журналістика»	Загальна кількість годин – 90	Семестр:
		6-й
		Лекції
		12 год.
Освітньо-професійна програми «журналістика», «реклама та зв'язки з громадськістю», «редакторсько-видавнича справа та медіамоделювання»	Змістових модулів – 4	Практичні
		24 год.
Рівень вищої освіти: бакалаврський	Кількість поточних контрольних заходів – 8	Самостійна робота
		54 год.
		Вид підсумкового семестрового контролю: залік

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета викладання дисципліни «Стратегія і тактика пропаганди» полягає в ознайомленні студентів із явищем пропаганди та її функціональними засадами як комунікаційної технології в сучасному інформаційному просторі, а також практичної зорієнтованості їх в системі професійних знань.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни є: осмислити базові поняття у сфері комунікативних процесів; досягнути основні закономірності та тенденції, шляхи та способи здійснення пропагандистської комунікації; набути цілісного уявлення щодо функціональних можливостей пропагандистської комунікації у впливі на масову аудиторію, формуванні громадської думки.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні *знати*:

- зміст понять «комунікація», «маси», «пропаганда», «стратегічні комунікації», «маніпуляція», «комунікаційні технології», «стратегія», «тактика» та чітко оперувати низкою інших термінів в сфері професійної діяльності;
- механізм та складники реалізації пропаганди;
- моделі та типи пропагандистської комунікації;
- технології та методи пропаганди;
- специфіку організації пропагандистських кампаній;
- правила аналізу пропагандистської комунікації.

вміти:

- осмислювати сучасні тенденції реалізації пропаганди;
- визначати засади пропагандистських практик в сучасному інформаційному просторі;
- виявляти моделі та типи пропаганди в зразках комунікацій;
- визначати методи організації пропагандистських комунікацій;
- аналізувати пропагандистську комунікацію.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких результатів навчання (знання, уміння тощо) та компетентностей:

Заплановані робочою програмою результати навчання та компетентності	Методи і контрольні заходи
<p>компетентності:</p> <p>ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.</p> <p>СК07. Здатність виконувати професійні функції в галузі реклами та PR у різних структурах.</p>	<p>Виклад лекційного матеріалу, пошукова робота студента, практичні завдання, творчі завдання, обговорення теоретичного матеріалу (усне вибіркоче опитування), тестування, ситуаційне моделювання, ведення дискусій, фронтальна перевірка знань та самоконтроль (виконання тестів та завдань)</p>
<p>Програмні результати навчання</p> <p>ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами</p> <p>ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань</p> <p>ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально комунікаційних наук</p>	<p>Перевірка теоретичного матеріалу, тестування, практичні завдання та усне опитування.</p>

Міждисциплінарні зв'язки.

Специфіка вивчення курсу «Стратегії і тактики пропаганди» передбачає його тісний зв'язок із іншими дисциплінами, зокрема зі «Журналістська етика», «Масова комунікація та інформація», «Теорія і практика реклами», «Теорія і практика PR».

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Пропаганда як стратегічна комунікація та технологія управління комунікаціями. Стратегія: походження слова та суть явища, історичні факти. Стратегія комунікацій. Стратегія і тактика: загальні характеристики. Термін «стратегічні комунікації» («стратегічне управління комунікаціями», «стратегічне інформаційне розповсюдження», «пропаганда»). Віртуальний та інформаційний простори. Сутність поняття «пропаганда». Поняття «пропаганда», «агітація», «психологічна війна», «інформаційна війна»: спільне та відмінне. Принципи та функції пропаганди.

Пропаганда як перша технологія управління комунікаціями. Концепції пропаганди та теорії «публікристики» (А. Лі, Е.Бернайс, С.Блэк, Дж.Грюніг). Ж.Еллюль (рефлексії та міфи в пропаганді), У.Ліппман (теорія стереотипів), Д.Ной (теорія м'якої сили), бінарні

структури сучасної пропаганди. Структура пропагандистського повідомлення (зокрема за Л. Войтасик). Три домінуючі критерії ефективності змісту пропаганди. Критерії ефективності форми пропагандистського повідомлення. Засади формування пропагандистського повідомлення (Е. Бернейз).

Змістовий модуль 2. Пропаганда як вид масовокомунікаційного впливу. Поняття «маси» в контексті пропагандистської комунікації. Класифікації пропаганди. Позитивна та негативна пропаганда. Пропаганда створення, пропаганда руйнування, пропаганда роз'єднання, пропаганда залякування, пропаганда відчаю, пропаганда героїзму, пропаганда просвітництва. Біла, сіра та чорна пропаганда. Визначення мас (маси) (Г. Ле Бон, Г. Тард). Натовп, публіка, масова аудиторія. Пропаганда в системі масових комунікацій (реклама, публіцистика, журналістика). Масифікація та демасифікація (О. Тоффлер). Масовий комунікаційний вплив. Масове зараження. Масова сугестія. Масова маніпуляція. Методи та техніки масовокомунікаційного впливу. Концепції «атомізму» та «лідерів думок». Дослідження Г. Лассуелла («чарівна куля», структура комунікаційної моделі), двоступенева модель комунікації П. Лазерсфельда. У. Шрам, Дж. Клаппер. Канали поширення пропаганди (газета, радіо, телебачення, кіно).

Змістовий модуль 3. Комунікативні практики пропаганди. Моделі, технології та методи пропаганди. Пропаганда в системі комунікаційного інструментарію стратегічних комунікацій. Інформаційна повістка дня. Спін-докторинг як механізм корекції інформаційного простору та інструментарій «м'якої сили». Наративний контроль (Дж. Арквілл). Наративний та медіа-контроль. Фрейми та фреймінг. Технології виробництва смислів – технології доставки смислів – «гонки смислів». Технології сприйняття смислів. Модель Чакотіна. Теорія великої брехні (метод терору та промивання мозку). Правила Гебельса. Основні закони пропаганди (Е. Дофіфат). Моделі пропагандистської комунікації (Г. Почепцов): модель викривленого джерела, модель легітимації джерела. Пропаганда і чутки. Модель слухового джерела. Пропагандистська модель Хомського (пять фільтрів формування новин). Модель декодування Стивена Холла. Модель пропаганды Жака Еллюля. Теорії стереотипів, когнітивного дисонансу, користі та задоволення, навчання та пізнання, спіралі мовчання. Переконавання Г. Макклуюена, Н. Лумана, П. Бурдье, Д. МакКьюейла.

Змістовий модуль 4. Пропагандистська кампанія. Політична пропаганда. Психологічні війни: суть явища, його організація, елементи. Інструментарій «паперових куль» (Дж. Кріль). Цілі пропаганди під час війни (Дж. Браун). Правила пропаганди («Майн Кампф»). Метод «промивання мізків». Схема пропагандистського аналізу (Г. Джоветт, В. О'Доннелл). Десять параметрів аналізу пропаганди. Прийоми пропагандистської техніки» (М. Скуленко). Методи і прийоми пропаганди (В. Сороченко). Політична пропаганда. Три рівні політичної пропаганди (режимна, регіональна, місцева пропаганда). Система принципів політичної пропаганди. Функції політичної пропаганди. Пропаганда і політичне лідерство. Пропагандистський інструментарій президентської влади. Прийоми впливу: дезінформація, маніпулювання, міфи, необ'єктивні рейтинги, exit-polls, упереджені прогнози експертів. Фактори пропаганди. Основні методи пропаганди (В. Крисько) та її принципи (переконуючого впливу, переваги первинної інформації, принцип забезпечення довіри до джерела інформації, специфічного та неспецифічного навіювання).

3. Структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль	Усього годин	Аудиторні (контактні) години			Самостійна робота, год	Система накопичення балів		
		Усього годин	Лекції, год	Практичні заняття, год		Теор. зав-ня, к-ть балів	Практ. зав-ня, к-ть балів	Усього балів
1	2	3	6	7	8	10	11	12

1	15	6	2	4	9	10	5	15
2	15	10	4	6	5	10	5	15
3	15	10	4	6	5	10	5	15
4	15	10	2	8	5	10	5	15
Усього за змістові модулі	60	36	12	24	24	40	20	60
Підсумковий семестровий контроль екзамен	30					20	20	40
Загалом				90			100	

5. Теми лекційних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин
		о/д ф.
1	Тема 2. Сутність понять «пропаганда». Пропаганда як стратегічна комунікація.	2
2	Тема 4. Класифікації пропаганди. Підходи та інтерпретації	2 2
2	Тема 6. Пропаганда як вид масовокомунікаційного впливу	2
3	Тема 7. Пропаганда в системі комунікаційного інструментарію стратегічних комунікацій	2
3	Тема 8. Комунікаційні теорії та моделі пропаганди	2
4	Тема 12. Технології і методи пропаганди	2
Разом		12

6. Теми практичних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин
		о/д ф.
1	Тема 1. Стратегічні комунікації: визначення феномена.	2
1	Тема 2. Сутність понять «пропаганда». Пропаганда як стратегічна комунікація.	2
2	Тема 3. Пропаганда як технологія управління комунікаціями	2
2	Тема 4. Класифікації пропаганди. Підходи та інтерпретації	2
2	Тема 5. Поняття «маси» в контексті пропагандистської комунікації	2
3	Тема 6. Пропаганда як вид масовокомунікаційного впливу	2
3	Тема 7. Пропаганда в системі комунікаційного інструментарію стратегічних комунікацій	2
3	Тема 8. Комунікаційні теорії та моделі пропаганди	2
4	Тема 9. Пропагандистська кампанія	2
4	Тема 10. Пропагандистський аналіз	2
4	Тема 11. Політична пропаганда	2
4	Тема 12. Технології і методи пропаганди	2
Разом		24

7. Види і зміст поточних контрольних заходів

№ змістового модуля	Вид поточного контрольного заходу	Зміст поточного контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
1	2	3	4	5
1	Перевірка теоретичних знань (тести, усне опитування,)	Робота за ЗМ 1 (Р. 3. НП). Виконання завдань поданого за темами практичних занять передбачає його обговорення під час заняття та/або прикріплення до рубрики «завдання» у форматі звичайного документу або презентації на платформі Moodle.	Усна відповідь оцінюється від 0 до 10 балів залежно від її повноти, відповідності поставленого питання/теми, вільного володіння знаннями (див. додаток критерії оцінювання).	10
	Тести	Тестування за ЗМ 1	Тести містять 5-10 питань і максимально може бути оцінено у 5 бали	5
Усього за ЗМ 1 контр. заходів	2			15
2	Усне обговорення	Робота за ЗМ 2 (Р. 3. НП). Виконання завдань поданого за темами практичних занять передбачає його обговорення під час заняття та/або прикріплення до рубрики «завдання» у форматі звичайного документу або презентації на платформі Moodle.	Усна відповідь оцінюється від 0 до 10 балів залежно від її повноти, відповідності поставленого питання/теми, вільного володіння знаннями (див. додаток критерії оцінювання).	10
	Тест	Тестування за теми ЗМ 2.	Тести містять 5-10 питань і максимально може бути оцінено у 5 бали	5
Усього за ЗМ 2 контр. заходів	2			15
3	Усне опитування	Робота за темами 3 (див. Moodle). Виконання завдань поданого за темами практичних занять передбачає його обговорення під час заняття та/або прикріплення до рубрики «завдання» у форматі звичайного документу або презентації на платформі Moodle.	Усна відповідь оцінюється від 0 до 3 балів залежно від її повноти, відповідності поставленого питання/теми, вільного володіння знаннями (див. додаток критерії оцінювання).	10
	Тестування	Тестування за темами ЗМ 3.	Тест оцінюється максимально у 4 бали.	5
Усього за ЗМ 3 контр.	2			15

заходів				
4	Усне опитування/тести	Робота за ЗМ 4 (Р. 3. НП). Виконання завдань поданого за темами практичних занять передбачає його обговорення під час заняття та/або прикріплення до рубрики «завдання» у форматі звичайного документу або презентації на платформі Moodle.	Усна відповідь оцінюється від 0 до 10 балів залежно від її повноти, відповідності поставленого питання/теми, вільного володіння знаннями (див. додаток критерії оцінювання).	10
	Тестування	Тестування за темами ЗМ 4.	Тест оцінюється максимально у 5 бали.	5
Усього за ЗМ 4 контр. заходів	2			15
Усього за змістові модулі контр. заходів	8			60

8. Підсумковий семестровий контроль

Форма	Види підсумкових контрольних заходів	Зміст підсумкового контрольного заходу	Критерії оцінювання	Усього балів
ЗАЛІК	Теоретичні завдання	Усна частина заліку передбачає проходження підсумкового тесту, питання на який формуються за теоретичним матеріалом усіх змістових модулів. Перелік питань поданий у системі Мудл.	Залік проводиться в усній формі при очній/дистанційній формі навчання. Складається із відповіді на тестові завдання – до 20 балів. Усього за екзамен можна отримати до 20 балів.	20
	Індивідуальне практичне завдання	Передбачає виконання завдання: проаналізувати кейс (не менше 5 зразків) із сучасними практиками пропаганди (варто вказати стратегію, техніки та методи її реалізації).	Студент може отримати до 20 балів за умови визначення цілісної концепції за визначеними критеріями (презентація/друкований документ). Здають у паперовому варіанті за 10 днів до закінчення навчання. За порушення термінів здачі знімаються 5 балів.	20
Усього за підсумковий семестровий контроль	2			40

9. Рекомендована література

Основна:

1. Бондаренко І. С. Теорія масової комунікації. Комунікаційні технології: навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійних програм «Журналістика», «Реклама і зв'язки з громадськістю», «Редакторсько-видавнича діяльність і медіамоделювання». Запоріжжя : ЗНУ, 2019. 136 с.
2. Гончарук-Чолач Т. В., Джугла Н. В. Теорія та практика політичної пропаганди : підручник. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 254 с.
3. Джиджора Є. В. Мовленнєві технології пропаганди : навч.-метод. посіб. Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2022. 116 с.
4. Квіт С. Масові комунікації. Друге видання, виправлене і доповнене. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
5. Островська Н. В. Прикладні соціально-комунікаційні технології: навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ. 2017. 110 с.
6. Welch D. Propaganda, Power and Persuasion: From World War I to Wikileaks (International Library of Historical Studies). I.B.Tauris, 2015. 272 p.

Додаткова:

1. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навч. посіб. / за наук.ред. В. В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси. 2010. 258 с.
2. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції. Черкаси: Брама-Україна. 2010. 224 с.
3. Климанська Л.Д. Соціально-комунікативні технології в політиці: тасмниці політичної “кухні” : монографія. Львів : Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2007. 332 с.
4. Косяк О. Теорія масової комунікації : навч. посіб. Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. 384 с.
5. Лизанчук В. Психологія мас-медіа: підручник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка. 2015. 420 с.
6. Онищенко О. О. Теорії маніпуляції масовою свідомістю: «вікно овертона» та «спіраль мовчання». *Актуальні проблеми політики*. 2022. Вип. 70. С. 55-59.
7. Соснін О. В., Михненко А. М., Литвинова Л. В. Комунікативна парадигма суспільного розвитку : навч. посіб. . Київ : НАДУ, 2011. 220 с.
8. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. Київ : КиМУ, 2011. 313 с.

Електронні ресурси:

1. Бернейс Э. Пропаганда. HippoPublishingLTD. 2010. URL: http://propagandahistory.ru/books/Edvard-Berneys_Propaganda/
2. Бондаренко І. С. Прикладні комунікаційні технології у фокусі методології соціального інжинірингу. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. Том 31 (70) № 3 Ч. 3 2020. URL: http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/3_2020/part_3/33.pdf
3. Денисюк Ж.З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*. Том 32 (71) № 2. 2021. URL: <file:///C:/Users/user/Desktop/%D0%9C%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%96%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%202022-23/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%201.pdf>

4. Ковшарова О., Касьянова Н. Плакатна графіка міжвоєнної доби в радянській Україні *Історичні і політологічні дослідження*. № 1 (62), 2018 С. 205-210. URL: [file:///C:/Users/%D0%B2%D0%BE%D0%B2/Downloads/5729-11502-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/%D0%B2%D0%BE%D0%B2/Downloads/5729-11502-1-SM%20(1).pdf)
5. Куцька О. Агітація, пропаганда, інформаційно-психологічна війна: історія виникнення термінів, їх значення та взаємозв'язок. *Наукові записки: Серія «Історія»*. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/2962/1/22.pdf>http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/8594/1/Ku_tska.pdf
6. Методи пропаганди. URL: <https://detector.media/infospace/article/96572/2014-08-04-metody-propagandy/>
7. Почепцов Г. Трансформація сучасної пропаганди від фільмів Ейзенштейну до риторики підворотні. URL: <https://www.aup.com.ua/transformatiya-suchasnoi-propagandi-v/>
8. Стельмах А. ЗМІ: засоби маніпулювання інформацією. *MediaSapiens*. URL: <https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/10579/2011-01-15-zmi-zasoby-manipulyuvannya-informatsiieyu/>
9. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / за заг. ред. Є.Д.Скулиша. 2-ге вид. Київ : ЗАТ “ВІПОЛ”, 2011. 248 с. URL: <file:///C:/Users/user/Desktop/%D0%9D%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%B7%D1%96/%D0%9F%D0%B5%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BA%20%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%BF%D1%83%D0%BB%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf>
10. Холод О. Політична пропаганда як засіб становлення та функціонування політичних режимів. URL: <https://studfiles.net/preview/5110603/page:20/>
11. Шевчук О. В. Політична маніпуляція: поняття, концепції, механізми реалізації. URL: <file:///C:/Users/user/Desktop/%D0%9C%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%96%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%202022-23/document.pdf>
12. Шевців М. Б., Гончарук К. А. Пропаганда як соціально-політичне явище: проблеми розуміння. URL: <http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2019/1/31.pdf>
13. Chaikovska M., Shkeda O. Reengineering brand communication with the consumer by integrating pop-cultural influencer marketing tools into traditional marketing components. URL: <file:///C:/Users/user/Desktop/%D0%A0%D0%B5%D1%96%D0%BD%D0%B6%D0%B8%D0%BD%D1%96%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3%20%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%83.pdf>

Інформаційні ресурси:

1. Академія Української Преси. URL: <https://www.aup.com.ua/> (зокрема, блог Почепцова Г.Г. <https://www.aup.com.ua/propaganda-maie-bagato-oblich-ta-osobi/>)
2. Детектор Медіа. URL: <https://detector.media/>
3. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/>
4. Медіакритика. URL: <https://www.mediakrytyka.info/> (зокрема, стор.: <https://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/manipuliacia-propahanda>)
5. MediaSapiens. URL: <https://ms.detector.media/>