



Назва дисципліни	Політичне маніпулювання
Освітня програма	Для всіх ОП
Компонент освітньої програми	Вибірковий
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	3 кредити / 90 годин
Вид підсумкового контролю	Залік
Мова викладання	Українська
Викладач	Вівчар Інна Володимирівна, кандидат політичних наук, доцент.
CV викладача на сайті кафедри	
E-mail викладача	inna.vivchar@rshu.edu.ua

Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою дисципліни є формування теоретичної бази знань щодо проявів маніпуляцій в політиці та ЗМІ, а також з основ медіаграмотності і практичних навичок ефективної та безпечної взаємодії з інформацією, отриманою з медіаджерел, у тому числі з урахуванням використання засобів сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у повсякденній практичній, зокрема навчально-пізнавальній, діяльності.

Зміст навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Основи маніпулятивного впливу.

1. Сугестія та контрсугестія.

Зміст та підходи розуміння сугестії в масових комунікаціях. Феномен сугестії. Сугестія та переконання. Сугестія як комунікативна технологія. Сугестивні підходи до здійснення маніпуляції: психоаналітично орієнтований, гіпнотичний підхід, підхід за допомогою еріксонівського гіпнозу, підхід нейролінгвістичного програмування (НЛП)). Сугестивні техніки. Техніки НЛП: задіяність каналів; багаторівневе приєднання, масова емпатія; рефреймінг; візуально-кінестетична дисоціація/асоціація; створення ймовірного майбутнього. 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. Сугестивний характер сучасної реклами.

2. Види та методи психологічного впливу.

Психологічний вплив як феномен. Поняття психологічного впливу. Принципи здійснення психологічного впливу. Вплив в контексті спілкування. «Суб'єкт - суб'єктний» і «суб'єкт - об'єктний» характер впливу. Поняття суб'єкта впливу і об'єкта впливу. Опір об'єкта впливу. Технологія психологічного впливу. Класифікація методів психологічного впливу. Прийоми впливу.

3. Механізми маніпулювання масовою свідомістю.

Засоби психологічного впливу. Вплив за допомогою стимулювання сенсорної системи об'єкта. Мовні засоби впливу. Невербальні компоненти комунікації як засіб психологічного впливу. Маніпуляція: визначення, основні ознаки. Види маніпулятивного впливу. Складові маніпуляції. Маніпулятивна технологія. Механізми маніпулятивного впливу. Маніпуляція масовою свідомістю. Основні складові маніпуляції масовою свідомістю. Мова як основний засіб психологічної маніпуляції. Маніпуляції сферою почуттів. Основні шляхи протистояння маніпулятивному впливу.

4. Механізми та технології політичного маніпулювання.

Стратегіями політичного маніпулювання. Методи політичного маніпулювання. Прийоми політичного маніпулювання: прийоми, націлені на механізми психічного відображення, та прийоми, що впливають на механізми психічного врегулювання. Основні фази процесу політичного маніпулювання. Технологічний характер стереотипів у політичному маніпулюванні. Політичне міфотворення як технологія політичного маніпулювання. Політичний імідж та його місце у політичному маніпулятивному впливі. Політичний ритуал як технологія політичного маніпулювання. Чутки та їх місце в політичних маніпуляціях.

5. Невербальне маніпулювання

Суть невербального маніпулювання. Основні функції невербального маніпулювання. Невербальні засоби спілкування: просодія та екстралінвістика, кінесика, такесика та проксемика. Невербальне формування іміджу та імітація емоційних станів як інструменти маніпулювання. Невербальні маніпулятивні прийоми. Інтерпретація невербальної поведінки.

6. Технології маніпуляції в рекламі

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. Маніпуляційні техніки в шокуючій і скандальній рекламі. Негативні емоції в рекламі. Таргетована реклама. Вірусна реклама.

7. Деструктивний маніпулятивний вплив у соціальних мережах

Верифікація контенту як процес та акт підтвердження справжності даних. Перевірка походження контенту, зображень, відео, авторства. Верифікація тролінгового контенту. Верифікація фейкового контенту. Моніторинг мережевих ресурсів. Специфіка контенту соціальних мереж. Жанри контенту «Facebook». Специфіка контенту в «YouTube». Технологія веб-хвилі.