

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**
Інститут журналістики
Кафедра соціальних комунікацій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Заступник директора
з навчально-виховної роботи

Віталій КОРНІЄВ
« 31 » 08 2022 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Пропаганда та агітація

для студентів

галузь знань	06 журналістика
спеціальність	061 журналістика
освітній рівень	другий, магістр
освітньо-професійна програма	журналістика та медіакомунікації
вид дисципліни	обов'язкова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2022 / 2023
Семестр	2
Кількість кредитів ECTS	4
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю іспит	
Викладач: Юрій БОНДАР,	кандидат політичних наук, доцент

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__р.


Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» 20__р.

КИЇВ – 2022

Розробник: Юрій БОНДАР, кандидат політичних наук, доцент, завідувач кафедри соціальних комунікацій

ЗАТВЕРДЖЕНО

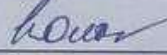
Зав. кафедри соціальних комунікацій

 (Юрій БОНДАР)

Протокол № 11 від «08» 07 2022 р.

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту журналістики

Протокол від «29» серпня 2022 року № 1

Голова науково-методичної комісії  Анастасія ВОЛОБУЄВА

«29» серпня 2022 року

1. Мета дисципліни – здобуття та поглиблення знань з теорії та історії агітаційно-пропагандистської діяльності у сфері соціальних комунікацій у різні історичні періоди, актуальної практики використання інформаційних технологій агітації та пропаганди, умінь з використання здобутих знань у професійній діяльності.

2. Попередні вимоги до опанування або вибору навчальної дисципліни:

Знати:

- історію соціальних комунікацій, журналістики та видавничої справи;
- види, жанри, особливості засобів масової інформації та комунікації;
- нормативно-правові документи, що регулюють діяльність в інформаційній сфері;
- актуальні суспільно-політичні проблеми та події в Україні й світі.

2. Вміти:

- планувати і організовувати свою діяльність;
- застосовувати у дослідницькій діяльності інформаційно-комунікаційні технології;
- використовувати у дослідницькій діяльності різні інформаційні джерела;
- узагальнювати та аналізувати інформацію;
- логічно і аргументовано оприлюднювати результати дослідження;
- працювати в команді, виконуючи різні ролі й функції колективної роботи.

3. Володіти елементарними навичками:

- з пошуку і опрацювання інформаційних джерел у глобальних комп'ютерних мережах;
- роботи з комп'ютером як засобом управління інформацією;
- збирання, зберігання, використання та поширення інформації у професійній діяльності.

3. Анотація навчальної дисципліни:

Навчальна дисципліна доповнює і розвиває здобуті знання із циклу дисциплін професійної та практичної підготовки кваліфікаційних рівнів соціальних комунікацій «бакалавр» та «магістр», сприяє формуванню актуальних фахових знань, є базисною для підготовки фахівців сфери агітації та пропаганди.

4. Завдання (навчальні цілі):

Завдання курсу – узагальнення знань студентів з проблематики агітаційно-пропагандистської діяльності, цільового використання інформаційного контенту в процесі соціальних комунікацій, вивчення теоретичних основ та історії агітації та пропаганди, ознайомлення з основними інституціями та правовим регулюванням агітаційно-пропагандистської діяльності, аналіз практики використання інформаційних технологій та інформаційного контенту в умовах соціальних конфліктів та гібридної війни. Завдання курсу спрямовані на розвиток у студентів здатності до аналізу та синтезу, поглиблення розуміння проблематики дисципліни в контексті професійної діяльності, бачення практичних умінь використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Дисципліна спрямована на формування таких програмних компетентностей:

ЗК-1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК-2. Здатність планувати час та управляти ним.

ЗК-9. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Фахові компетентності спеціальності (ФК):

ФК-2. Здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності чи дослідницькій роботі на межі предметних галузей.

5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання	Методи оцінювання	Відсоток у підсумко вій оцінці з дисциплі ни
Ко д	Результат навчання			
1.1	Знати термінологію, особливості трактування термінологічних складників дисципліни	<i>Лекція</i>	<i>Іспит</i>	5
1.2	Розуміти сутність, функції, види агітації та пропаганди	<i>Лекція</i>	<i>Іспит</i>	5
1.3	Знати історичні етапи розвитку теорії й практики агітації та пропаганди	<i>Лекція</i>	<i>Іспит</i>	5
1.4	Знати професійні інституції, спеціальності та компетентності пропагандистської сфери;	<i>Лекція</i>	<i>Іспит</i>	5

	правові засади регулювання агітації та пропаганди			
1.5	Знати особливості агітації та пропаганди в умовах держав з різним суспільно-політичним устроєм	Лекція	Іспит	5
1.6	Знати інформаційно-комунікаційні технології у контексті агітації та пропаганди	Лекція	Іспит	5
1.7	Знати види й жанри інформаційного контенту агітації та пропаганди, особливості їх застосування в різні періоди	Гостьова лекція	Іспит	5
1.8	Знати основні праці провідних дослідників пропаганди та інформаційного протиборства	Лекція	Іспит	5
2.1	Вміти оперувати поняттями й термінами проблематики навчальної дисципліни	Лекція-дискусія Семинар	Доповідь Доповнення Модульна контрольна робота	8
2.2	Вміти систематизувати знання з історії агітації та пропаганди	Семинар	Доповідь Доповнення	8
2.3	Вміти аналізувати комунікаційну суспільно-політичну практику, інформаційний контент агітації та пропаганди	Семинар	Доповідь Доповнення Модульна контрольна робота	8
2.4	Вміти застосовувати отримані базисні теоретичні знання, практичні навички та уміння, праці дослідників проблематики агітації та пропаганди для наукових досліджень, аналітичної діяльності	Самостійна робота	Реферат та ін.	10
3.1	Уміти логічно і аргументовано оприлюднювати результати дослідження	Семинар	Доповідь Доповнення Модульна контрольна робота	8

закономірності.																					
ПРН-2. Планувати дослідження у галузі соціальних комунікацій на замовлення, проектувати ефективність нових нішевих видань.	+	+		+	+	+											+	+	+	+	
ПРН-9. Демонструвати здатність знаходити замовників на проведення дослідження чи розробку інноваційних проєктів.				+	+	+	+										+	+	+	+	+
ПРН-11. Оцінювати проблемні питання професійної діяльності, застосовуючи знання з різних предметних галузей.				+	+	+	+										+	+	+	+	

7. Схема формування оцінки.

7.1 Форми оцінювання студентів:

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема оцінювання теоретичної підготовки – результати навчання (знання 1.1–1.8), що складає 40% від загальної оцінки та оцінювання практичної підготовки – результати навчання (вміння 2.1-2.4); (комунікація 3.1-3.2); (автономність та відповідальність 4.1-4.4), що складає 60% загальної оцінки.

- семестрове оцінювання:

	Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Іспит	Підсумкова оцінка
Мінімум	18	18	24	60
Максимум	30	30	40	100

Студенти, які набрали сумарно меншу кількість балів ніж *критично-розрахунковий мінімум – 20 балів*, не виконали контрольних завдань, для допуску до екзамену обов'язково повинні виконати додаткові завдання, узгоджені з викладачем.

По завершенні вивчення кожного змістового модулю обов'язковим для всіх студентів є підсумковий модульний контроль (ПМК), який відбувається у комбінованій формі – виконання самостійного домашнього завдання та тестування. Якщо студент не з'явився на ПМК, змістовий модуль не оцінюється. Студент, який пропустив ПМК з поважної причини, зобов'язаний надати відповідний документ, і викладач за погодженням з дирекцією Інституту призначає нову дату проведення ПМК.

Підсумкове оцінювання відбувається у формі письмового іспиту.

7.2. Організація оцінювання:

Усна доповідь під час семінарського заняття оцінюється максимально 5 балів. Доповнення до доповіді під час семінарського заняття оцінюються до 3 балів.

Модульна контрольна робота проводиться в рамках семінарського заняття у формі письмового тестування – 4 питання по 2 бали за правильну відповідь. Пороговий рівень становить 4 бали і формується за накопичувальним принципом.

Самостійна робота модульного контролю виконується у формі реферату чи іншої публікації (інтерв'ю, статті тощо), тематика яких пропонується студентом і узгоджується додатково.

Самостійна робота у виконується у формі реферування студентами літератури зі списку обов'язкових та рекомендованих до вивчення праць: «Артхашастра, або Наука політики», Е. Л. Бернейс «Пропаганда», Р. Зульцман «Пропаганда як зброя війни», В. В. Різун «Маси». Реферати надсилаються для перевірки по одному дистанційно у Google Class.

Кожна самостійна робота оцінюється до 5 балів. Пороговий рівень оцінювання – 3 бали.

Іспит відбувається у формі письмового тестування – 8 питань по 5 балів за правильну відповідь. Пороговий рівень становить 25 балів і формується за накопичувальним принципом.

7.3. Шкала відповідності оцінок

Відмінно / Excellent	90-100
Добре / Good	75-89
Задовільно / Satisfactory	60-74
Незадовільно / Fail	0-59
Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

8. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ЛЕКЦІЙ І ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№	Назва теми	К-сть годин		
		лек.	сем.	с/р
Змістовий модуль 1				
Генезис та розвиток агітації та пропаганди				
1	Тема 1. Агітація та пропаганда: сутність, функції, види	2	2	5
2	Тема 2. Агітація та пропаганда як історичний феномен: Стародавній світ та Середньовіччя	2		5
3	Тема 3. Пропаганда та агітація Нових часів	2		5
4	Тема 4. Агітація та пропаганда в Новітній час: тоталітарні суспільства	2		5
5	Тема 5. Агітація та пропаганда доби українських визвольних змагань ХХ століття	2	2	5
6	Тема 6. Пропаганда та агітація в демократичних суспільствах: соціальні комунікації чи засоби маніпулювання?	2	2	12
7	Модульна контрольна робота 1		2	
		12	8	37
Змістовий модуль 2				
Агітація та пропаганда у добу інформаційного протиборства				
8	Тема 7. Пропаганда та агітація як складники інформаційно-сміслової війни	2		5
9	Тема 8. Агітаційно-пропагандистські технології інформаційного впливу та соціалізації	2	2	5
10	Тема 9. Історія як засіб і механізм когнітивного трансформаційного впливу	2		5
11	Тема 10. Свобода слова як пропагандистська технологія	2	2	5
12	Тема 11. Агітаційно-пропагандистський контент: види та жанри, особливості застосування	2		11
13	Тема 12. Правове регулювання пропаганди та агітації, інституції та фахівці. Професійні стандарти в умовах	2	2	12

	інформаційного протиборства			
14	Модульна контрольна робота 2		2	
		12	8	43
	Усього	24	16	80

Загальний обсяг – **120** год, в тому числі:

Лекції – **24** год.

Семінари – **14** год.

Консультації – **2** год.

Самостійна робота – **80** год.

9. Рекомендовані джерела

Основна література:

1. *Бондар Ю. В.* Друга видавнича. Зародження та розвиток видавничої справи у процесі суспільно-політичних трансформацій Середньовіччя та Нового часу : монографія / Ю. В. Бондар [за заг. ред. В. В. Різуна]. – Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2017. – 528. – (Серія «Видавничі трансформації»).

2. *Бондар Ю. В.* Перша інформаційна. Права видавництва: зародження та розвиток видавничої справи у процесі суспільно-політичних трансформацій Стародавнього світу : монографія / Ю. В. Бондар [за заг. ред. В. В. Різуна]. – Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2016. – 560. – (Серія «Видавничі трансформації»).

3. *Бондар Ю. В.* Поле битви – інформаційний простір / Юрій Бондар. – Київ : МАУП, 2006. – 144 с.

4. *Ліфтон Р. Д.* Технологія «промивки мізків»: психологія тоталітаризму / Роберт Джей Ліфтон. – Харків : Віват, 2016. – 416 с.

5. *Почепцов Г. Г.* Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття / Георгій Почепцов. – Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2017. – 260 с.

6. *Почепцов Г. Г.* Сенси і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах / Георгій Почепцов. – Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2016. – 316 с.

7. *Почепцов Г. Г.* Сучасні інформаційні війни / Георгій Почепцов. – Вид. 3-є, доповн. та переробл. – Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2016. – 504 с.

8. *Різун В. В.* Маси / В. В. Різун. – Київ : ВПЦ «Київський університет», 2003. – 118 с.

9. *Різун В. В.* Теорія масової комунікації: підручник / В. В. Різун. – Київ : ВЦ «Просвіта», 2008. – 260 с.

10. *Скуленко М. И.* История политической пропаганды / М. И. Скуленко. – Киев : Лыбидь, 1990. – 168 с. 1990

Додаткова література:

11. Бондар Ю. В. «Хто керує минулим, той керує майбутнім...» / Ю. В. Бондар // Наукові праці МАУП. – 2016. – Вип. 51 (4 – 2016). – С. 5 – 14.
12. Бондар Ю. В. Видавнича продукція як засіб політичної боротьби (на прикладі парламентських виборів в Україні 2012 року) / Юрій Бондар // Освіта регіону. – 2013. – № 3. С. 110 – 118.
13. Бондар Ю. В. Книжкові видання як механізм конструювання смислів у процесі суспільно-політичних трансформацій / Ю. В. Бондар // Освіта регіону. – 2015. – № 2. – С. 85 – 90.
14. Бондар Ю. В. Свобода слова: історичний аспект і розуміння в контексті формування сучасної демократичної політичної культури / Юрій Бондар // Освіта регіону. – 2011. – №4. – С. 199 – 202.
15. Бондар Ю. В. Свобода слова: книга і політика: Наук. вид. / Юрій Бондар. – Київ : Книжкова палата України, 2011. – 112 с.
16. Бондар Ю. В. Свобода слова: мовний фактор у контексті націотворення / Ю. В. Бондар // Наукові праці МАУП. – 2011. - № 3. – С. 16 – 21.
17. Бондар Ю. В. Енциклопедія для видавця та журналіста / Ю. В. Бондар, М. Ф. Головатий, М. І. Сенченко. – Київ: ДП «Вид. дім «Персонал», 2010. – 400 с.
18. Інформаційний простір: українські реалії: випробування війною: Мат-ли IV Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 19 лист. 2014 р. – Київ : ВПК «Експрес-Об'ява», 2014. – 128 с.
19. Інформаційний простір: українські реалії: Мат-ли II Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 19 груд. 2011 р. – Київ : ВПК «Експрес-Поліграф», 2013. – 128 с.
20. Інформаційний простір: українські реалії: Мат-ли Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 8 груд. 2011 р. – Київ : ВПК «Експрес-Поліграф», 2012. – 144 с.
21. Інформаційний простір: українські реалії: протидія російській агресії: Мат-ли VI Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 25 жовт. 2016 р. – Київ : ВПК «Експрес-Об'ява», 2017. – 128 с.
22. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування: Монографія / О. В. Бабакіна, В. В. Басалюков, В. М. Бебик та ін. – Київ; Сімферополь : МАУП, 2003. – 240 с.
23. Сенченко О. М. Інформаційно-мережеві війни: теорія, моделі, алгоритм / О. М. Сенченко. – Київ : КВІЦ, 2017. – 332 с.
24. Стасюк О. Видавничо-пропагандивна діяльність ОУН (1941 – 1953 рр.) / Олександра Стасюк. – Львів : Центр досліджень визвольного руху; Ін-т українознавства ім. І Крип'якевича, 2006. – 384 с.
25. Холод О. М. Інмутація у мас-медіа: монографія [за ред. проф. В. В. Різуна] / О. М. Холод. – Київ : Інс-т журн. КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. – 167 с.