**Міністерство освіти і науки України**

Львівський національний університет імені Івана Франка

**Факультет журналістики**

**КАФЕДРА ЗАРУБІЖНОЇ ПРЕСИ ТА ІНФОРМАЦІЇ**

“**ЗАТВЕРДЖУЮ**”

Проректор

з науково-педагогічної роботи  
проф. Гарасим Я. І.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

“\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2016 р.

**«СУЧАСНА ПРОПАГАНДА:**

**ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА МОДЕЛЮВАННЯ ІДЕОЛОГЕМ»**

освітньо-кваліфікаційний рівень «магістр»

галузі знань 0303 – журналістика та інформація

напряму підготовки 8.03030101 – журналістика

Львів – 2016

***План-конспект***

*С/к «***«СУЧАСНА ПРОПАГАНДА:**

**ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА МОДЕЛЮВАННЯ ІДЕОЛОГЕМ***»*

**Викладач:**

**доцент кафедри зарубіжної преси та інформації факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка,**

**канд. філологічних наук, *Лильо Тарас Ярославович.***

**Змістовий модуль 1. Теорія пропаганди та ідеологем.**

Тема 1. **Ідеології сучасності. Поняття ідеологема та її функціонування у ЗМІ.**

1. Поняття ідеології та пропаганди.
2. Ідеологеми як універсалії публіцистичного дискурсу.
3. Статус і місце ідеологій в інформаційному суспільстві.

Ідеологема – це слово (чи складна назва), в семантиці якого є ідеологічний компонент (Н.А. Купина, 1995). Розрізняють два види ідеологем: слово, зміст якого неоднаково розуміють прихильники різних політичних поглядів. Найчастіше цей понятійний дисонанс спричинений емоційним забарвленням слова, на яке переноситься оцінка певного факту, тенденції чи явища. Як показав Аміров (2002), в радянському політичному мовленні упродовж всього ХХ століття активними були ідеологеми буржуазія, демократія, капіталізм, комунізм, народ, пролетаріат, свобода, соціалізм. Для прихильників марксизму безсумніву позитивну оцінку мали ідеологеми *соціалізм*, *комунізм*, *пролетаріат*; відповідно негативно було схарактеризовано *капіталізм* та *буржуазію*... Слова пролетаріат і буржуазія у мові антикомуністів використовувалися без оціночних нашарувань.

Другий тип ідеологем – це найменування, які використовують лише прихильники певних політичних поглядів для визначення певних реалій. Зокрема до таких ідеологем А.П. Чудінов зараховує такі вислови часів СРСР як *країни народної демократії*, *соціалістична співдружність* та ін. Використання таких ідеологем регламентувала керівна партія. Регламентація у використанні ідеологем часто трактують як “новомову”, тобто як засіб створення ілюзорної дійсності.

Тема 2. **Категорії сучасної пропаганди**.

1. Моральна категорія.
2. Мілітарна категорія.
3. Диверсійна категорія.
4. Політична категорія.
5. Релігійна категорія.
6. Економічна категорія.

Призначення політичної категорії – зміцнення влади, мета – групова лояльність, повага для авторитету, патріотизм. Мілітарна категорія передбачає деморалізацію противника, зміцнення чи активацію союзників в умовах конфлікту чи війни. Призначення диверсійної категорії – відволікання уваги суспільства, наприклад, від непопулярних рішень уряду.

Тема 3. **Функції ідеологій у контексті завдань ЗМІ.**

1. Інтеграційна функція.
2. Орієнтаційна функція.
3. Функція легітимізації влади.

Сучасне розуміння ідеології тісно пов’язане з масовою комунікацією. У дослідженні “Теорія масової комунікації” Деніс Мак-Квейл визначає ідеологію як організовану систему переконань або цінностей, яку поширює чи підсилює комунікація, зазначаючи, що більшість медійного контенту є ідеологічно забарвлена через приховане наголошування на конкретних цінностях та нормах. Отже, зазвичай комунікаційні канали, медії потрактовано як засоби утвердження, поширення певної ідеології, як посередники ідеологічного впливу на людину. Однак і сама ідеологія як така має комунікаційний потенціал, який по-різному виявляв себе у той чи той історичний період.

Попри те, що частина дослідників припускають, що кінець ідеології може бути зумовлений утвердженням саме інформаційної цивілізації, взаємопроникнення медій та ідеології можна констатувати не лише в історичному часі. І сьогодні існують рівні, які роблять це взаємопроникнення закономірним. По-перше, це функціональний рівень. Мас-медіа та ідеологія відіграють орієнтаційну функцію. “Саме ЗМІ стають основним інструментом ідеологічної орієнтації людини у світі, що глобалізується. Інакше кажучи, ідеологічно орієнтаційна функція діяльності ЗМІ перетворюється в інформаційний процес універсального типу, який іде в глобальному інформаційному просторі паралельно ідеологічному процесу”(Є. Дімітрієв). Крім того, як зауважує Є. Дмітрієв, основним механізмом реалізації ідеологічно орієнтаційної діяльності ЗМІ є процес формування громадської думки, який тотожний ідеологічному процесу, і від якого, на думку П. Бурдье, журналістика залежить більше за політику”. По-друге, це онтологічний рівень, адже медіа є простором буття, функціонування ідеології, символічних конструкцій, де “ідеологія постає як система змістів, що забезпечують осягнення й тлумачення ціннісних суджень про світ і суспільство” (А Тузіков).

Тема 4. **Деідеологізація та реідеологізація ЗМІ.**

1. Причини деідеологізації суспільства та ЗМІ.
2. Специфіка реідеологізації.
3. Ідеологія основних комунікаційних потоків сучасного світу.
4. Консюмеризм як ідеологія.

Свого часу Юрген Габермас зауважив, що, “…комунікативні структури суспільности, якими оволоділи і які поглинули засоби масової інформації, настільки зорієнтовані на пасивне, розважальне і приватизоване споживання інформації, що цілісні зразки тлумачення… просто не здатні утворюватися. Фрагментована повсякденна” свідомість споживачів, які володіють вільним часом, перешкоджає утворенню ідеології класичного типу, але вона сама стала пануючою формою ідеології”.

**Змістовий модуль 2. Практичні аспекти функціонування ідеологем у ЗМІ**

Тема 5. **Ідеологеми ліберальної пропаганди.**

1. Основні характеристики ліберальних та неоліберальних ідеологем.
2. Диктатура релятивізму.
3. Ідеологема «свободи».
4. Ідеологема «права людини».
5. Ідеологема «здоровий глузд».

Поняття «диктатура релятивізму» вперше вжив Йосиф Рацінгер, а італійський учений та публіцист Роберто де Маттеі так назвав свою працю. Саме у ній показано динаміку трирівневого утвердження цієї диктатури. На першому етапі заперечують існування об’єктивної правди, наслідком чого є зрівняння добра і зла, гріха та доброчинності. На другому маємо справу з інституціалізацією моральних збочень, яка виявляється у перетворенні особистої нечесності (підлості) на суспільне добро. На третьому уможливлено суспільний осуд та правове покарання добра.

Тема 6. **Ідеологеми “The New York Times”.**

1. Ідеологема «self maid man».
2. Ідеологема «вартості випливають лише з виховання і не є абсолютні»
3. Ідеологема «толерантність»

Газета очолює боротьбу за поступ. Вимагає відповідальності влади перед обивателем, а також більших прав для афроамериканців і бідняків. “NYT” виховує Америку у світському дусі. Підтримує відокремлення церкви від держави, атеїзм і науковий матеріалізм. Захищає свободу слова аж до антихристиянських блюзнірств. Газета виступає за державний контроль над освітою, щоб свідомість молоді не полонили праворелігійні ідеї, цінності. Виступає за аборти і сексуальну свободу за умови, що це не шкодить іншим (цікаве формулювання). Людина має виняткове право до свого тіла. Газета підтримує право на зміну статі.

У суспільних справах “NYT” хоче соціал-демократії по-американськи. Звичайно, вона підтримує бізнес і вільний ринок, профспілки і сильний уряд, якому належить гарантувати загальне медичне обслуговування і розбудовану систему соцдопомоги. А ще уряд повинен енергійно оберігати довкілля від жадоби корпорацій, а громадянина – від легкої доступності до зброї. Кара смерті - варварство.

**Тема 7. Ідеологеми російської пропаганди в умовах гібридної війни**

1. Ідеологема «руський мир»: ґенеза, основні характеристики, призначення.
2. Ідеологема «велика перемога».
3. Ідеологема «трьох братніх народів».
4. Ідеологема «патріотизм».

У чому відмінність совєтської пропаганди від сучасної російської. Роман Кочаренко вказує на шість найважливіших відмінностей:

1. Совєтська пропаганда не приховувала, що вона пропаганда, а пишалася цим. Відділи пропаганди і агітації були в кожному парткомі, від райкому до ЦК, а пропагандистська роль журналістики відкрито визнавалася більш важливою, ніж інформаційна. Путінська пропаганда лицемірно приховує свою суть.

2. В основі совєтської пропаганди була потужна марксистсько-ленінська ідеологія. У фундаменті путінської — вакуум. Вона, як пилосос, втягує все: будь-який набір ідей і цінностей, завдяки чому бійцями пропагандистського фронту можуть бути в рівній мірі імперський сталініст, антисеміт і православний містик Проханов, шанувальник фашизму і євразійства Дугін, ортодоксальний іудей Єськин, націонал-більшовик Лімонов і маса інших носіїв перпендикулярно розташованих один до одного цінностей та ідеологем.

3. Совєтська пропаганда, як правило, прагнула зробити брехнюя правдоподібною. Це прагнення в реальній практиці — старанна підчистка архівів при створенні брехні про Катинь, спроба створити правдоподібний міф про те, як ЦРУ виростило СНІД для управління світом. Путінська пропаганда просто конвеєрно накидає лайно на вентилятор і абсолютно не заморочується правдоподібністю. Розіп’ятий хлопчик, сотні зґвалтованих вагітних жінок з вирваними на продаж органами — противник стоїть весь заляпаний, не встигає ані ухилитися, ані відбити, ані відмитися.

4. Звідси ще дві відмінності. Совєтська пропаганда виходила з маніхейства: є Добро, Істина, Світло, тобто СССР, КПСС і т. д., і є Зло, тобто світ капіталу, США та інше. Путінська пропаганда весь час підморгує і показує кудись за ріг. Тобто, так, звичайно, «ми Добро-Істина-Світло та інше», але в теж час ось це підморгування означає, що «ми, звичайно, брешемо», але ж всі брешуть! А ви знаєте, як брешуть хвалені західні ЗМІ!

5. Совєтська пропаганда будувалася так, як зараз описують підручники з пропаганди та піару. Сприятливий фон, основне повідомлення, відокремлене від фону, коротше те, що ще в минулому столітті називали створенням «магічної кулі». Головний метод путінської мережевої війни — тролінг — став і основним методом російської пропаганди.

6. Совєтська і путінська пропаганда по-різному співвідносяться з насильством, входять з ним в симбіоз в різних пропорціях. Основою совєтського режиму було насильство, а пропаганда, брехня його прикривала. Основа путінського режиму — брехня, яку прикриває насильство.

**Тема 8. Гуманізм як ідеологема в журналістському тексті.**

1. Суть поняття «гуманізм».
2. Християнський та світський гуманізм: протистояння, точки дотику.
3. Ідеологема «гуманітарний конвой», як приклад дезонтологізації поняття «гуманізм» в російській пропаганді.

Гуманізм спирався на ідею антропоцентризму, розглядаючи людину як головний предмет і мету науки. Він проголошує людину найвищою цінністю, утверджує її здатність до пізнання й творчої діяльності. Отже, у широкому тлумаченні — гуманізм — це прогресивний напрям у суспільній думці, ознакою якого є захист гідності людини, її свободи й права на всебічний, гармонійний розвиток.

На противагу релігійно-аскетичному світосприйманню Середньовіччя з характерним для нього твердженням про гріховність життя, гуманісти проголошують право людини на задоволення звичайних земних потреб, на свободу, на справедливе суспільство. Насолода життям розглядається як спонукальна сила, що змушує людину бути дійовою, активною.

Проблема виродження гуманізму у «просвітницький егоїстичний інтерес», в «секулярний антропоцентризм» (О.Солженіцин).

**Плани практичних занять**

**Тема 1.** **Категорії пропаганди: проекція на сучасний медіа дискурс.**

1. Вияви диверсійної пропаганди в російських ЗМІ.
2. Мілітарна пропаганда в сучасних ЗМІ.
3. Економічна пропаганда в ефірі телебачення (канал на вибір).

**Тема 2.** **Ідеологеми антитерористичної пропаганди.**

1. Суть антитерористичної пропаганди.
2. Глобальний та локальний виміри антитерористичної пропаганди.
3. Засади антитерористичної пропаганди.

**Тема 3.** **ЗМІ та деідеологізація посткомуністичного суспільства.**

1. Поняття “деідеологізації” та роль ЗМІ у цьому процесі.
2. Деідеологізація як нова ідеологізація медій і суспільства.
3. Пропагандистська вразливість посткомуністичного суспільства.

**Тема 4. Амбівалентність ідеологеми “свобода” в сучасній пресі.**

1. Свобода та її сенс.
2. Амбівалентне трактування свободи в текстах Й. Ратцінґера.
3. “Межі свободи” Маріон Дьонгофф.

**Тема 5. Ідеологема “Європа” в українських ЗМІ.**

1. Євроентузіазм та євро скептицизм в сучасній пропаганді.
2. Погляди К. Зануссі.
3. Проблема “інституційного викрадення Європи” в сучасній пропаганді.

**Тема 6. Ідеологема “толерантність” сучасному медіадискурсі.**

1. Толерантність як цінність. Межі толерантності.
2. Деконтекстуалізація толерантності в сучасній пропаганді.
3. Ідеологема “толерантність” на сторінках “The New York Times”.

**Тема 8. Ментальний та ідеологічний симбіоз як основа для ідеологем китайської пропаганди.**

1. Символіка чисел в китайській пропаганді.
2. Ідеологема “одна країна - двісистеми”.
3. Ідеологема “два все”.
4. “Сім газет й один часопис”.

**Тема 9. Особливості російської пропаганди 2013-2016 рр.**

1. Пропаганда ідеологеми «велика перемога» у російських ЗМІ: міфи та реальність.
2. Українське питання в російському пропагандистському дискурсі.
3. Спільне і відмінне між радянською та російською пропагандою.

**Завдання для самостійної роботи з курсу «Сучасна пропаганда: теорія і практика моделювання ідеологем»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ теми,**  **кількість годин** | **Завдання** | **Література** | **Форма контролю** |
| **Тема 1.**  Ідеологема як універсалія медіадискурсу | Опрацювати запропоновану літературу і підготуватися до дискусії на задану тему відповідно до запропонованих питань. | Клушина Н. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000-2008 гг.), Москва 2008. | На основі опрацьованих джерел дослідити поняття ідеологема. |
| **Тема 2.**  Реідеологізація преси | Опрацювати запропоновану літературу і підготуватися до дискусії на задану тему відповідно до запропонованих питань. | Лильо Т. Специфіка ідеологізації в медіасфері: ЗМІ як об’єкт і суб’єкт ідеологізації // Вісник Львів. ун-ту. — Серія журналістика. — 2013. — Вип. 40. — С. 240-249. | Опитування |
| **Тема 3.**  Пропаган-дистська функція ідеологем у медіях | Опрацювати запропоновану літературу і підготуватися до дискусії на задану тему відповідно до запропонованих питань | Купина, Н.А. Языковое строительство: от системы идеологем к системе культурем // Русский язык сегодня. – М., 2000. - Вып. 1. - С. 182-189. | опитування |
| **Тема 4.**  Кінець світу ідеології в сучасних геоінформаційних умовах | Опрацювати запропоновану літературу і підготуватися до дискусії на задану тему відповідно до запропонованих питань | Muszyński J. Cywilizacja informatyczna – świat bez ideologii, Wyd. Adam Marszalek, Toruń 2009. | опитування |
| **Тема 5.**  Ідеологеми в соціальних мережах | Опрацювати запропоновану літературу і підготуватися до дискусії на задану тему відповідно до запропонованих питань. | Галицький І. Екстремізм в соціальних мережах: організаційно-правові заходи протидії. - Режим доступу:  <http://intlawalmanac.net/v4/11.pdf> | Написання есею на основі прочитаного |
| **Тема 6.**  Ідеологеми у польській пресі (видання на вибір) | Опрацювати запропоновану літературу і підготуватися до дискусії на задану тему відповідно до запропонованих питань. | Mamcarz-Plisiecki A. Media w służbie ideologii. – Режим доступу: <http://cywilizacja.ien.pl/?id=506> | Конспект. |
| **Тема 7.**  Ідеологеми в пропаганді США (видання на вибір) | Опрацювати запропоновану літературу і підготуватися до дискусії на задану тему відповідно до запропонованих питань. | Галлін Д.С., Манчіні П. Сучасні медіа системи: три моделі відносин ЗМІ та політики. – К., 2008. – 320 с. | Конспект  . |
| **Тема 8.**  Ідеологема “Україна” у пресі Росії (видання на вибір) | Опрацювати запропоновану літературу і підготуватися до дискусії на задану тему відповідно до запропонованих питань. | Фальшивки російської пропаганди. – Режим доступу: <http://antikor.com.ua/articles/7586-faljshivki_rosijsjkoji_propagandi_proti_ukrajini> | Написання есею |

**Питання поточного та підсумкового контролю зі спецкурсу**

**«Сучасна пропаганда: теорія і практика моделювання ідеологем»**

1. Що таке пропаганда, які категорії пропаганди ви знаєте?
2. Що таке ідеологема, які різновиди ідеологем визначають дослідники.
3. Які функції ідеології та ЗМІ збігаються?
4. Якою є ідеологія основних комунікаційних потоків сучасного світу?
5. До якого ідеологічного спектру належить “The New York Times”?
6. У чому полягає суть трирівневого утвердження “диктатури релятивізму”?
7. Основні елементи сучасної російської пропаганди в контексті російсько-української війни.
8. Якою є ґенеза ідеологеми “руський мир”?
9. Як сучасна пропаганда використовує поняття “гуманізм”?
10. Ідеологема “капіталізм” в інтерпретації Маріон Дьонгофф.
11. Ідеологема “Європа” в поглядах Кшиштофа Зануссі.