**KONSPEKT PRZEDMIOTU**

Semestr zimowy, rok akad. 2020/2021

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | **PSYCHOLOGIA PERSWAZJI I PROPAGANDY** |
| Kierunek/-i studiów / rok studiów / semestr studiów | **ZARZĄDZANIE** (studia II stopnia). II rok, semestr IV |
| Tryb studiów | Stacjonarny /~~niestacjonarny~~ |
| Forma zajęć | KONWERSATORIUM |
| Liczba godzin | 30 |
| Koordynator przedmiotu: | dr Ewa Stanisławiak |
| Jakie są ogólne cele dydaktyczne tego przedmiotu? | **Celem zajęć** jest ukazanie studentom korzyści płynących ze znajomości psychologii perswazji, zarówno dla ich przyszłej pracy zawodowej, jak i codziennego funkcjonowania oraz rozbudzenie potrzeby samokształcenia w tej dziedzinie. *Do najważniejszych zadań* można zaliczyć: (1) zapoznanie z kluczowymi pojęciami i twierdzeniami tej dziedziny psychologii, (2) ukazanie mechanizmów pływu perswazyjnego i propagandowego; (3) rozwijanie umiejętności komunikacji perswazyjnej, werbalnej i niewerbalnej; (4) uwrażliwienie na przejawy patologii w zakresie perswazji i propagandy /w tym ukazanie istoty i konsekwencji kontroli zachowania ludzi przy pomocy zabiegów manipulacyjnych/. |
| Jak są kryteria zaliczenia tego przedmiotu? | **Warunkiem zaliczenia**, czyli otrzymania oceny dostatecznej (3,0) jest uzyskanie w trakcie ćwiczeń co najmniej 40% możliwej do zdobycia punktacji, czyli 40 punktów. Ocena dostateczna plus (3,5) wymaga uzyskania od 55 do 64 punktów, ocena dobra (4,0) uzyskania od 65 do 74 punktów, ocena dobra plus (4,5) - od 75 do 84, bardzo dobra (5,0) – co najmniej 85 punków.   * **Obecność na zajęciach**: jest niezwykle ważna, a tym samym premiowana. Osoby, które są obecne na wszystkich zajęciach bądź mają tylko 1 nieobecność otrzymują 32 punkty. Każda kolejna nieobecność oznacza utratę 3 punktów. * **Sprawdzian**: w trakcie zajęć przeprowadzony zostanie 1 sprawdzian – test uzupełnień i test jednokrotnego wyboru. Termin: 28.04. Zakres sprawdzianu będzie podany z co najmniej dwutygodniowym wyprzedzeniem. Punktacja: 0 – 25 punktów. * **Prezentacja:** zaplanowana i wykonana w duecie lub w zespole trzy- lub czteroosobowym. Dozwolone są różne konwencje prezentacji: tradycyjna, teatralna itd. Należy przestrzegać czasu prezentacji: 15 minut. Jeżeli jeden z autorów jest nieobecny z ważnych powodów, np. choroba, pozostali mają obowiązek przedstawić wspólną pracę. Wyboru tematu prezentacji należy dokonać do 21.03. **Ocena prezentacji** jest dokonywana w oparciu o załączone kryteria (max – 25 punktów). * **Dyskusja:** merytoryczny udział w swobodnych dyskusjach wokół tematów prezentacji jest doceniany przyznaniem osobom szczególnie aktywnym w trakcie danych zajęć premii w wysokości 1 – 2 punktów. * **Udział w debatach**, czyli: zaplanowane zabranie głosu na temat debaty (w roli atakującego postawioną tezę bądź jej broniącego). Zabierający głos musi się zmieścić w czasie 3 minut. Pożądany jest udział w 3 debatach (obligatoryjnie w co najmniej jednej). Może zdarzyć się, że nie wszyscy chętni do zabrania głosu zmieszczą się w czasie. W takiej sytuacji należy przygotować swoją wypowiedź w formie pisemnej i przesłać ją mailowo na adres: e.stanislawiak@vizja.pl. (bezpośrednio po zajęciach, a najpóźniej następnego dnia. Po tym terminie prace nie będą przyjmowane). Z uwagi na dużą liczbę uczestników zajęć jedna z debat odbędzie się w formie pisemnej. Kryteria oceny: udział w debacie na bardzo niskim poziomie (niedostateczny) – 1 pkt; dostateczny – 2 punkty; dostateczny plus – 3 punkty, dobry/dobry plus – 4 punkty, bardzo dobry - 5 punktów, wyróżniający się – 6 punktów. |
| Jakie są kryteria zaliczenia tego przedmiotu na ocenę celującą? | Uzyskanie oceny celującej jest możliwe w sytuacji uzyskania **co najmniej 95% punktów lub najwyższej punktacji spośród osób z ocenami bardzo dobrymi.** |
| Pozostałe informacje, dotyczące tego przedmiotu, ważne dla studenta | * **Tematy prezentacji** zostaną zamieszczone w TEAMS. * **Lektura:** Z uwagi na ograniczoną, z uwagi na epidemię, możliwość korzystania z księgozbiorów bibliotecznych i czytelni, proponuję Państwu w ramach literatury obowiązkowej pozycje dostępne on-line. Ogromną wartość ma jednak sięgnięcia do pozycji sygnowanych jako lektury *rozszerzające/uzupełniające*, książek napisanych przez światowej sławy psychologów i ekspertów w dziedzinie perswazji i propagandy. Gorąco polecam. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 1**  **WPROWADZENIE**  **( 3 godz.)** | |
| Efekty uczenia się | **Po tych zajęciach student/studentka potrafi:**  1. Opisać w stopniu pogłębionym sposoby i mechanizmy wywierania wpływu społecznego.  2. Definiować pojęcia związane z teorią wpływu społecznego, a także je zoperacjonalizować.  3. Dostrzegać problemy moralno-etyczne związane z wywieraniem wpływu społecznego (perswazją, manipulacją i propagandą). |
| Treści zajęć | 1. Co jest przedmiotem badań psychologii społecznej? Jakie są różnice (podobieństwa) między psychologią społeczną a socjologią?  2. Czym jest wpływ społeczny? Jakie są motywy jego wywierania? Czy jest wpływ jawny i ukryty? Co to są manipulacje społeczne? *Znajdowanie przykładów.*  3. Jakie są podstawowe sposoby transmisji wpływu społecznego?  4. Na czym polega wywieranie wpływu za pomocą dawanie przykładu i jakie są warunki jego skuteczności? Czym jest naśladownictwo, identyfikacja, modelowanie? Co to znaczy być atrakcyjnym interpersonalnie?  5. Na czy polega wywieranie wpływu za pomocą narzucania woli (czym są kary i nagrody w wywieraniu wpływu społecznego)? Czym jest konformizm/posłuszeństwo, nonkonformizm, oportunizm? Czym jest władza? Jakie są atrybuty władzy? Czym różni się posiadanie władzy od posiadanie autorytetu?  6. Na czym polega wywieranie wpływu za pomocą perswazji (przekonywania)? Czym różni się perswazja od manipulacji? Czym jest internalizacja? |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | **Minimalne / obowiązkowe:**  - Osika, G. (2012). Etyczne aspekty wpływu społecznego. *Repozytorium Centrum Otwartej Nauki*.  Link do artykułu:  <https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/1904/Gra%C5%BCyna%20Osika%20-%20Etyczne%20aspekty%20wywierania%20wp%C5%82ywu.pdf?sequence=4>  - Stanisławiak, E.. Jak ludzie wpływają na siebie nawzajem? [W:] E. Stanisławiak (red.) *Wybrane problemy psychologii społecznej* (s. 322 – 341).  *Artykuł będzie dostępny w plikach (w TEAMS)*  **Rozszerzające / uzupełniające**:  - Zimbardo, P. H.; Leippe, M. R.. (2004). Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego (s.64 – 115). Poznań: Zyska i S-ka. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 2**  **WPŁYW UKRYTY I JAWNY**  **( 3 godz.)** | |
| Efekty uczenia się | **Po tych zajęciach student/studentka potrafi:**  1. Opisać w stopniu pogłębionym sposoby i mechanizmy wywierania wpływu społecznego.  2. Definiować pojęcia związane z teorią wpływu społecznego, a także je zoperacjonalizować.  3. Dostrzegać problemy moralno-etyczne związane z wywieraniem wpływu społecznego (perswazją, manipulacją i propagandą). |
| Treści zajęć | 1. Czym są manipulacje społeczne? Istota wpływu ukrytego.  2. Makiawelizm – jako doktryna i jako cecha osobowości.  2. Specyficzne sytuacje wywierania wpływu społecznego. Jak wpływać na tłum? |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | **Minimalne / obowiązkowe:**  - Osika, G. (2012). Etyczne aspekty wpływu społecznego. *Repozytorium Centrum Otwartej Nauki*.  Link do artykułu:  <https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/1904/Gra%C5%BCyna%20Osika%20-%20Etyczne%20aspekty%20wywierania%20wp%C5%82ywu.pdf?sequence=4>  - Stanisławiak, E.. Jak ludzie wpływają na siebie nawzajem? [W:] E. Stanisławiak (red.) *Wybrane problemy psychologii społecznej* (s. 322 – 341).  - Materiały z prezentacji.  *Artykuł będzie dostępny w plikach (w TEAMS)*  **Rozszerzające / uzupełniające**:  - Zimbardo, P. H.; Leippe, M. R.. (2004). Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego (s.64 – 115). Poznań: Zyska i S-ka. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 3**  **TEORIA PERSWAZJI I JEJ ROZWÓJ**  **(3 godz.)** | |
| Efekty uczenia się | **Po tych zajęciach student/studentka potrafi:**  1. Opisać w stopniu pogłębionym sposoby i mechanizmy wywierania wpływu społecznego przy pomocy perswazji.  2. Wyjaśnić, jakie znaczenie ma teoria perswazji w psychologii i jakie ma powiązania z teoriami: argumentacji, retoryki, komunikowania masowego, logiki, psychologii społecznej i językoznawstwa.  3. Zdefiniować pojęcia związane z teorią perswazji, a także je zoperacjonalizować.  4. Wykazać wagę perswazji i propagandy w sferze publicznej, i odpowiedzialności za nią |
| Treści zajęć | 1. Czym jest perswazja? Czym różni się perswazja intelektualno-racjonalna od perswazji emocjonalnej? Jaka jest rola słowa (argumentów i racji logicznych) w procesie perswazji?  2. W jaki sposób dokonuje się oceny efektywności perswazji (w oparciu o kryterium formalne, praktyczne, ekonomiczne)? *Praca na konkretnych przykładach*.  3. Co wiadomo o sztuce perswazji w starożytności? Rozumienie pojęć: sofistyka, retoryka, erystyka, logos, ethos, pathos, atechnoi, dedukcja, indukcja, sofizmat. Skąd się wziął termin: „propaganda”? Rozumienie pojęć: demagogia, agitacja.  4. Etyczne aspekty wywierania wpływu społecznego. |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - Osika, G. (2005). Ogólna charakterystyka procesu perswazji. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej, Seria: Zarządzanie*, nr 1402.  Link do artykułu:  <https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/1719/PERSWAZJA+-+CHARAKTERYSTYKA+PROCESU+(PERSUASION+-+THE+PROCESS+CHARACTERISTCS).pdf?sequence=1>  Rozszerzające / uzupełniające:  - Zimbardo, P. H.; Leippe, M. R.. (2004). *Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego* (s.164-210). Poznań: Zyska i S-ka. R. 4. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 4**  **WIARYGODNOŚĆ ŹRÓDŁA PERSWAZJI**  **( 3 godz.)** | |
| Efekty uczenia się | **Po tych zajęciach student/studentka potrafi:**  1. Opisać w stopniu pogłębionym sposoby i mechanizmy perswazji, propagandy i manipulacji społecznych.  2. Ocenić wiarygodność źródeł informacji, odróżnić wiarygodność autentyczną od sfabrykowanej  3. Dostrzegać problemy moralno-etyczne związane z perswazją, argumentacją i manipulacją  4. Projektować działania psychologiczne budujące odporność społeczną na dezinformację i propagandę w przestrzeni informacyjnej i cyberprzestrzeni. |
| Treści zajęć | 1. Jakie cechy nadawcy są istotne dla efektywności perswazji? Czym jest wiarygodność nadawcy, a czym atrakcyjność? Jakie są powiązania między wiarygodnością nadawcy a jego atrakcyjnością? Wiarygodność a charyzma? Kim byli i są mistrzowie perswazji?  2. Czym jest budowanie a czym fabrykowanie wiarygodności źródła perswazji? |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | **Minimalne / obowiązkowe:**  - Cwalina, W,. Koniak, P. (2009). Przekaz perswazyjny i zmiana wrażenia o jego nadawcy. *Przegląd Psychologiczny*, 2, 195 – 218).  Link do artykułu:  <https://www.kul.pl/files/714/nowy_folder/2.52.2009_art._4.pdf>  - Szalach, S. (2018). Zaufanie w relacjach interpersonalnych – wybrane aspekty. *Edukacja Humanistyczna*, 1 (28), 177-183.  Link do artykułu:  http://bazhum.muzhp.pl/media//files/Edukacja\_Humanistyczna/Edukacja\_Humanistyczna-r2013-t-n1\_(28)/Edukacja\_Humanistyczna-r2013-t-n1\_(28)-s177-183/Edukacja\_Humanistyczna-r2013-t-n1\_(28)-s177-183.pdf  **Rozszerzające / uzupełniające:**  -Pratkanis, A., Aronson, E. (2005). Wiarygodność nadawcy komunikatu: prawdziwa i sfabrykowana. [W:] A. Pratkanis, E. Aronson (jw.). *Wiek propagandy* (107-136). Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.  - Zimbardo, Ph. G., Leippe, M. R. (2004). Świat wpływu. [W:] Ph. G. Zimbardo, M. R. Leippe (jw.). *Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego* (s. 107 – 136). Poznań: Zysk i S-ka. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 5**  **WIARYGODNOŚĆ ŹRÓDŁA PERSWAZJI**. KONTYNUACJA  **( 3 godz.)** | |
| Efekty uczenia się | **Po tych zajęciach student/studentka potrafi:**  1. Opisać w stopniu pogłębionym sposoby i mechanizmy perswazji, propagandy i manipulacji społecznych.  2. Ocenić wiarygodność źródeł informacji, odróżnić wiarygodność autentyczną od sfabrykowanej  3. Dostrzegać problemy moralno-etyczne związane z perswazją, argumentacją i manipulacją  4. Projektować działania psychologiczne budujące odporność społeczną na dezinformację i propagandę w przestrzeni informacyjnej i cyberprzestrzeni. |
| Treści zajęć | 1. Co na temat atrakcyjności interpersonalnej mówią: teorie atrakcyjności interpersonalnej: wymiany społecznej G. Homansa, zasobów P. Blaua, równości J. S. Adamsa, penetracji społecznej, teoria zysku i straty, efekt czystej ekspozycji.  2. Jakie kryteria weryfikacji wiarygodności proponuje D. Walton? *Analiza wybranych źródeł perswazji i propagandy pod kątem ich wiarygodności i atrakcyjności.*  3. Jak buduje się, a jak fabrykuje wiarygodność polityków, prezenterów? *Badania wizerunkowe*. |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | **Minimalne / obowiązkowe:**  - Cwalina, W,. Koniak, P. (2009). Przekaz perswazyjny i zmiana wrażenia o jego nadawcy. *Przegląd Psychologiczny*, 2, 195 – 218).  Link do artykułu:  <https://www.kul.pl/files/714/nowy_folder/2.52.2009_art._4.pdf>  - Szalach, S. (2018). Zaufanie w relacjach interpersonalnych – wybrane aspekty. *Edukacja Humanistyczna*, 1 (28), 177-183.  Link do artykułu:  http://bazhum.muzhp.pl/media//files/Edukacja\_Humanistyczna/Edukacja\_Humanistyczna-r2013-t-n1\_(28)/Edukacja\_Humanistyczna-r2013-t-n1\_(28)-s177-183/Edukacja\_Humanistyczna-r2013-t-n1\_(28)-s177-183.pdf  **Rozszerzające / uzupełniające:**  -Pratkanis, A., Aronson, E. (2005). Wiarygodność nadawcy komunikatu: prawdziwa i sfabrykowana. [W:] A. Pratkanis, E. Aronson (jw.). *Wiek propagandy* (107-136). Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.  - Zimbardo, Ph. G., Leippe, M. R. (2004). Świat wpływu. [W:] Ph. G. Zimbardo, M. R. Leippe (jw.). *Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego* (s. 107 – 136). Poznań: Zysk i S-ka. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 6**  **POSTAWY SPOŁECZNE**  **( 3 godz.)** | |
| Efekty uczenia się | **Po tych zajęciach student/studentka potrafi:**  1. Zdefiniować pojęcia związane z koncepcją postaw społecznych, a także je zoperacjonalizować.  2. Opisać w stopniu pogłębionym sposoby i mechanizmy perswazji, propagandy i manipulacji społecznych jako procesu zmiany postaw.  3. Wykazać wagę perswazji i propagandy w sferze publicznej, i odpowiedzialności za nią. |
| Treści zajęć | 1. Co to jest postawa społeczna? Jak jest jej struktura? Czym jest kierunek postawy, jej intensywność, zakres postawy, złożoność postawy, zwartość postawy, trwałość postawy i treść postawy? *Wskazywanie tych cech na przykładzie wybranych postaw*. Postawy jako tymczasowe konstrukcje.  2. Skąd biorą się postawy społeczne?  3. W jaki sposób postawy wywierają wpływ na przetwarzanie informacji i zachowanie?  4. Jaka jest istota wpływu reklamowego? Perswazja – manipulacja – propaganda? |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - Wojciszke, B. (2002 lub inne wydanie). Postawy i ich zmiany. [W:] J. Strelau (red.). *Psychologia*. T. 3. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.  Rozszerzające / uzupełniające:  -Bohner, G., Wanke, M. (2004).Postawy i zmiana postaw (s.16 – 31). Gdańsk: GWP.  - Zimbardo, Ph. G., Leippe, M. R. (2004).Świat wpływu. [W:] Ph. G. Zimbardo, M. R. Leippe (jw.). *Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego* (s. 50 – 63). Poznań: Zysk i S-ka. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 7**  **DWIE DROGI PERSWAZYJNOŚCI . KOLOKWIUM**  **( 3 godz.)** | |
| Efekty uczenia się | **Po tych zajęciach student/studentka potrafi:**  1. Zdefiniować pojęcia związane z koncepcją dwutorowości przetwarzania, a także je zoperacjonalizować.  2. Opisać w stopniu pogłębionym sposoby i mechanizmy perswazji, propagandy i manipulacji społecznych.  3. Rozpoznawać różne typy perswazji i argumentacji, manipulacji i propagandy oraz rodzaje błędów po stronie nadawcy i odbiorcy.  4. Analizować krytycznie komunikaty perswazyjne i je klasyfikować, również te rozpowszechniane przez media masowe, w celu określenia ich znaczeń i oddziaływania społecznego.  5. Projektować działania psychologiczne budujące odporność społeczną na dezinformację i propagandę w przestrzeni informacyjnej i cyberprzestrzeni. |
| Treści zajęć | 1. Jakie są podstawowe różnice między **drogą ośrodkową perswazyjności** (centralną, systematyczną) i **drogą obwodową perswazyjności** (peryferyjną, heurystyczną)?  2. Jakie są konsekwencje stosowania drogi ośrodkowej i obwodowej?  3. Jakie czynniki decydują o wyborze drogi ze strony nadawcy informacji (perswadora) i ze strony odbiorcy (osoby przekonywanej)? Jaka jest rola nastroju odbiorcy przekazu? Czym jest efekt tendencyjności i kontrastu w reakcji na przekaz perswazyjny? Czym jest efekt pierwszeństwa i świeżości? Jaka jest rola motywacji odbiorcy do dokładności, obrony, autoprezentacji? Jaka jest rola zdolności poznawczych?.  4. Czym są wskazówki peryferyjne? Na czym polega zaszczepianie postawy? Czym jest efekt bumeranga?  5. W czym wyraża się ludzkie skąpstwo poznawcze i skąd się bierze? |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | **Minimalne / obowiązkowe**:  - Gusztyła, K. (2002). Dwie drogi przetwarzania informacji w modelach oddziaływań perswazyjnych. *Annales Universitatis Mariae Curie-Sklodowska Lublin-Polonia*, vol XV, section J, 1-10.  Link do artykułu:  http://dlibra.umcs.lublin.pl/Content/21899/czas19356\_15\_2002\_8.pdf  **Rozszerzające / uzupełniające:**  -Petty, R. E., Caccioppo, J. T., Stratham, A. J., Priester, J. R. (2007). Myśleć czy nie myśleć: Badając dwie drogi perswazji. [W:] T. C. Brock i M. C. Green (red.). *Perswazja. Perspektywa psychologiczna* (101-146). Kraków: Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego.    - Pratkanis, A., Aronson, E. (2005). Bezmyślna propaganda, rozważna perswazja. [W:] A. Pratkanis, E. Aronson (jw.). *Wiek propagandy* (36, 61, 139-141). Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.  - Tokarz, M. (2006). Dwutorowość procesu perswazyjnego. [W:] M. Tokarz (jw.). *Argumentacja. Perswazja. Manipulacja. Wykłady z teorii komunikacji* (s. 219 – 244). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.  - Zimbardo, Ph. G., Leippe, M. R. (2004). Zmienianie postaw za pomocą perswazji. [W:] Ph. G. Zimbardo, M. R. Leippe (jw.). *Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego* (s. 194-195). Poznań: Zysk i S-ka. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 8**  **ETAPY PROCESU PERSWAZJI WG ZIMBARDO I LEIPPE’A**  **( 3 godz.)** | |
| Efekty uczenia się | **Po tych zajęciach student/studentka potrafi:**  1. Zdefiniować pojęcia związane z teorią perswazji, a także je zoperacjonalizować.  2. Opisać w stopniu pogłębionym sposoby i mechanizmy perswazji.  3. Rozpoznawać różne typy perswazji i argumentacji oraz rodzaje błędów po stronie nadawcy i odbiorcy.  4. Dostrzegać problemy moralno-etyczne związane z perswazją i jej uwikłaniem w manipulacje.  5. Określić wagę perswazji w sferze publicznej i odpowiedzialności za nią.  6. Uzasadnić potrzebę podejmowania działań psychologicznych budujących odporność społeczną na dezinformację i propagandę w przestrzeni informacyjnej i cyberprzestrzeni.  7. Projektować działania psychologiczne budujące odporność społeczną na dezinformację w przestrzeni informacyjnej i cyberprzestrzeni. |
| Treści zajęć | 1. Co dzieje się na kolejnych etapach zmiany postaw w procesie perswazji, czyli na etapach: ekspozycji, uwagi, zrozumienia, akceptacji, podtrzymania nowej postawy, przełożenia na zachowanie? Od czego zależy skuteczność oddziaływań na tych etapach (główne jej wyznaczniki)?  2. Czym są grupy fokusowe? Przykłady.  3. Dyskusja wokół wybranych zagadnień. Problemy: przekaz racjonalny a emocjonalny; argumenty jednostronne a dwustronne; kolejność podawania argumentów za i przeciw; rola atrybucji towarzyszących przekazowi; efekt czystej ekspozycji, efekt częstości kontaktu, efekt polaryzacji, zasada spójności wartościującej; rola hiperekspozycji; efekt śpioch, rola adwokata diabła; rola oporu psychologicznego.  4. Co mówi o perswazji teoria działań przemyślanych i teoria zachowań planowych? |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | **Minimalne / obowiązkowe:**  -Wykład zamieszczony w TEAMS. PREZENTACJE  **Rozszerzające / uzupełniające**:  - Pratkanis, A., Aronson, E. (2005). Cztery techniki wywierania wpływu. [W:] A. Pratkanis, E. Aronson (2005). *Wiek propagandy* (46 – 62). Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.  - Pratkanis, A., Aronson, E. (2005). Perswazja wstępna: przygotowanie gruntu pod skuteczne działanie. [W:] A. Pratkanis, E. Aronson (2005). *Wiek propagandy* (64 – 92). Warszawa: Wyd. Naukowe PWN.  - Zimbardo, Ph. G., Leippe, M. R. (2004). Zmienianie postaw za pomocą perswazji.[W:] Ph. G. Zimbardo, M. R. Leippe, *Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego* (164 – 210). Poznań: Zysk i S-ka.  - Zimbardo, Ph. G., Leippe, M. R. (2004).Utrwalanie perswazji.[W:] Ph. G. Zimbardo, M. R. Leippe, Psycho*logia zmiany postaw i wpływu społecznego* (211 – 251). Poznań: Zysk i S-ka. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 9**  **PROPAGANDA**  **(3 godz.)** | |
| Efekty uczenia się | **Po tych zajęciach student/studentka potrafi:**  1. Wyjaśnić, jakie znaczenie ma teoria perswazji w psychologii.  2. Zdefiniować pojęcia związane z teorią propagandy, a także je zoperacjonalizować.  3. Opisać w stopniu pogłębionym sposoby i mechanizmy propagandy.  4. Rozpoznawać różne typy propagandy.  5. Analizować krytycznie komunikaty propagandowe i je klasyfikować, również te rozpowszechniane przez media masowe, w celu określenia ich znaczeń i oddziaływania społecznego.  6. Ocenić wiarygodność źródeł propagandy, odróżnia wiarygodność autentyczną od sfabrykowanej.  7. Dostrzegać problemy moralno-etyczne związane z propagandą.  8. Wykazać wagę perswazji i propagandy w sferze publicznej, i odpowiedzialności za nią.  9. Podejmować działania psychologiczne budujące odporność społeczną na dezinformację i propagandę w przestrzeni informacyjnej i cyberprzestrzeni. |
| Treści zajęć | 1. Co to jest propaganda?*Wskazanie przykładów propagandy: czarnej, szarej i białej.*O czym mówią teorie propagandy:behawioralna, psychoanalityczna, magicznych pocisków? Co to są symbole zbiorowe i jak się je wykorzystuje w propagandzie?  2. Czym różnią się, a w czym są podobne: propaganda i perswazja, propaganda i manipulacja?  3. Czy można ludzi nauczyć oporu wobec propagandy? Na jakie napotyka to trudności? Czym jest technokracja naukowa i jaką pełni funkcję w społeczeństwie?  4. O jakich zagrożeniach mówi teoria społeczeństwa masowego? Wyjaśnij na gruncie psychologii myśl Lippmana: *Gdzie wszyscy myślą tak samo, nikt nie myśli zbyt wiele*?  5. Jak wyjaśnić na gruncie psychologii porównanie przez Lippmana *przeciętnego obywatela do głuchego i ślepego widza w ostatnim rzędzie, który nie wie, co się dzieje, dlaczego się dzieje i co powinno się zdarzyć*?  6. Jakie są główne tezy teorii kształtowania opinii publicznej Waltera Lippmana?  7. Jakie są główne tezy teorii propagandy Lasswella?  8. W jaki sposób Lazarsfeld podważył teorię społeczeństwa masowego?  9. W jaki sposób dysonans poznawczy ogranicza możliwość zmiany postaw ludzkich (koncepcja konsekwencji poznawczej? |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | **Minimalne / obowiązkowe:**  - Wykład zamieszczony w TEAMS. PREZENTACJE  **Rozszerzające / uzupełniające**:  - Baran, S. J., Davis, D. K. (2007). Rozwój teorii mediów w okresie propagandy. [W:] S. J. Baran, D. K. Davis, *Teorie komunikowania masowego* (s.83 – 108). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.  - Pratkanis, A., Aronson, E.(2005). Psychologia codziennej perswazji. [W:] A. Pratkanis, E. Aronson (jw.). *Wiek propagandy* (23 – 62). Warszawa: Wyd. Naukowe PWN. A także na stronach: 228-234, 275-283, 263-275, 286-303.  - Zimbardo, Ph. G., Leippe, M. R. (2004). Budowanie oporu. [W:] Ph. G. Zimbardo, M. R. Leippe (jw.). *Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego* (s. 283-300). Poznań: Zysk i S-ka. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 10**  **TO TEŻ WARTO PRZEMYŚLEĆ**  **(3 godz.)** | |
| Efekty uczenia się | **Po tych zajęciach student/studentka potrafi:**  1. Wyjaśnić, jakie znaczenie ma teoria perswazji w psychologii.  2. Opisać w stopniu pogłębionym sposoby i mechanizmy propagandy.  4. Rozpoznawać różne typy perswazji i propagandy.  5. Analizować krytycznie pojawiające się w społeczeństwie sposoby wywierania wpływu.  6. Ocenić wiarygodność źródeł wpływu społecznego, odróżnić wiarygodność autentyczną od sfabrykowanej.  7. Dostrzegać problemy moralno-etyczne związane z propagandą.  8. Wykazać wagę perswazji i propagandy w sferze publicznej, i odpowiedzialności za nią.  9. Podejmować działania psychologiczne budujących odporność społeczną na dezinformację i propagandę w przestrzeni informacyjnej i cyberprzestrzeni. |
| Treści zajęć | 1. Co to jest NLP?Sztuka perswazji czy manipulacji?  2. Na czym polega rola grup fokusowych? Jaka jest ich wartość?  3. Tajemnice telemarketingu?  4. Tajemnice fake newsów? |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | **Minimalne / obowiązkowe:**  - Wykład zamieszczony w TEAMS. PREZENTACJE  **Rozszerzające / uzupełniające**:  - Baran, S. J., Davis, D. K. (2007). Rozwój teorii mediów w okresie propagandy. [W:] S. J. Baran, D. K. Davis, *Teorie komunikowania masowego* (s.83 – 108). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.  - Pratkanis, A., Aronson, E.(2005). Psychologia codziennej perswazji. [W:] A. Pratkanis, E. Aronson (jw.). *Wiek propagandy* (23 – 62). Warszawa: Wyd. Naukowe PWN. A także na stronach: 228-234, 275-283, 263-275, 286-303.  - Zimbardo, Ph. G., Leippe, M. R. (2004). Budowanie oporu. [W:] Ph. G. Zimbardo, M. R. Leippe (jw.). *Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego* (s. 283-300). Poznań: Zysk i S-ka. |