**DAUGAVPILS UNIVERSITĀTES**

**STUDIJU KURSA APRAKSTS**

|  |  |
| --- | --- |
| Studiju kursa nosaukums | Propagandas un ideoloģijas valoda |
| Studiju kursa kods (DUIS) |  |
| Zinātnes nozare | Valodniecība un literatūrzinātne |
| Kursa līmenis |  |
| Kredītpunkti | 2 |
| ECTS kredītpunkti | 3 |
| Kopējais kontaktstundu skaits | 32 |
| Lekciju stundu skaits | 16 |
| Semināru stundu skaits | 16 |
| Praktisko darbu stundu skaits |  |
| Laboratorijas darbu stundu skaits |  |
| Studējošā patstāvīgā darba stundu skaits | 48 |
|  | |
| Kursa autors(-i) | |
| Doc., pētn. Žans Badins, Dr.philol. | |
| Kursa docētājs(-i) | |
| Doc., pētn. Žans Badins, Dr.philol. | |
| Priekšzināšanas | |
|  | |
| Studiju kursa anotācija | |
| Studiju kursa mērķis – Ideoloģijas un propagandas kā sociālas parādības un kā filozofiskas koncepcijas izpēte; sniegt studējošajiem ieskatu par ideoloģijas un propagandas lomu mūsdienu sabiedrībā.  Kursa uzdevumi:  - Izpētīt ideoloģijas vēstījuma struktūras iezīmes;  - Izprast ideoloģisko mediju manipulācijas principus;  - Izpētīt propagandas vēstījuma struktūras iezīmes;  - Veidot priekšstatu par propagandas tipoloģiju.  Kursa aprakstā piedāvātie obligātie informācijas avoti studiju procesā izmantojami fragmentāri pēc docētāja norādījuma. | |
| Studiju kursa kalendārais plāns | |
| Lekcijas 16 st., semināri 16 st., patstāvīgais darbs 48 st.  1. Ideoloģijas teorija un vēsture - L 2, S 2;  2. Ideoloģija un sociālie institūti - L 6, S 6;  3. Propagandas teorija un vēsture - L 2, S 2;  4. Propaganda un sociālie institūti - L 6, S 6 | |
| Studiju rezultāti | |
| |  | | --- | | ZINĀŠANAS | | 1. Zina ideoloģijas jēdziena interpretāciju daudzveidību;  2. Izprot propagandas kā sabiedriska fenomena nozīmīgākos aspektus (parādīšanās, izplatīšanās, ietekme, pret-ietekme).  3. Zina par ideoloģijas un propagandas funkcionēšanas izmaiņām zinātnes un tehnoloģiju progresa un plašsaziņu līdzekļu attīstības kontekstā. | | PRASMES | | 4. Prot identificēt ideoloģijas sistēmu veidojošās iezīmes;  5. Spēj atšķirt ideoloģiju no tādām sabiedriskās apziņas formām kā reliģija, zinātne, nacionālā ideja u.c.  6. Prot meklēt un sistematizēt atrasto materiālu par problēmu, kā arī operēt ar iegūtajām zināšanām; | | KOMPETENCE | | 7. Produktīvi izmantojot zināšanas, pilnveidotās akadēmiskās diskusijas un zinātniskās literatūras analīzes prasmes, kritiski izvērtē ideoloģiju un propagandas vēsturi un mūsdienu formas. | | |
| Studējošo patstāvīgo darbu organizācijas un uzdevumu raksturojums | |
| Studentu patstāvīgais darbs:  -darbs ar literatūru un periodiku: teorētiskās u.c. norādītās literatūras un periodikas izpēte un analīze;  -gatavošanās praktiskajām nodarbībām;  -konkrētu praktisko uzdevumu izpilde;  - prezentāciju/referātu sagatavošana.  Gatavojoties semināra nodarbībām, studējošie saņem uzdevumus (gan kopējus, gan individuālus), diskutējamo problēmu sarakstu un prezentāciju tēmas (starppārbaudījumi).  Gatavojoties semināriem, studējošie iepazīstas ar zinātnisko literatūru, skatās dokumentālās filmas un pārraides , kas veltītas konkrētajai semināra tēmai.  . | |
| Prasības kredītpunktu iegūšanai | |
| Studiju kursa gala vērtējums (diferencētā ieskaite) veidojas, summējot starppārbaudījumu rezultātus, kuri tiek prezentēti un apspriesti nodarbībās, kā arī sekmīgi nokārtots gala pārbaudījums.  Obligāts semināru apmeklējums, aktīvs darbs tajos (50%); pozitīvs vērtējums starppārbaudījumos (30%); eksāmens (20%).  Diferencētās ieskaites vērtējums var tikt saņemts, ja ir izpildīti visi minētie nosacījumi un studējošais ir piedalījies 30% lekcijās un 70% seminārnodarbībās un veicis pētījumus.  STARPPĀRBAUDĪJUMI:  (starpārbaudijuma uzdevumi tiek izstrādāti un vērtēti pēc docētāja noteiktajiem kritērijiem)  1. Ideoloģija un citi garīgās darbības veidi – 25%  2. Propagandas vēsture – 25%.  3. Ideoloģija un propaganda literatūrā un mākslā – 25%  NOSLĒGUMA PĀRBAUDĪJUMS  4. referāts - 25%  STUDIJU REZULTĀTU VĒRTĒŠANAS KRITĒRIJI  Studiju kursa apguve tā noslēgumā tiek vērtēta 10 ballu skalā saskaņā ar Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem un atbilstoši "Nolikumam par studijām Daugavpils Universitātē" (apstiprināts DU Senāta sēdē 17.12.2018., protokols Nr. 15), vadoties pēc šādiem kritērijiem:iegūto zināšanu apjoms un kvalitāte, iegūtās prasmes un kompetences atbilstoši plānotajiem studiju rezultātiem.  STUDIJU REZULTĀTU VĒRTĒŠANA   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | Pārbaudījumu veidi | Studiju rezultāti \* | | | | | | | | | | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. |  |  | | 1. Ideoloģija un citi garīgās darbības veidi | + |  | + | + | + | + | + |  |  | | 2. Propagandas vēsture |  | + | + |  |  | + | + |  |  | | 3. Ideoloģija un propaganda literatūrā un mākslā | + | + | + | + | + | + | + |  |  | | |
| Kursa saturs | |
| 1. Ideoloģijas teorija un vēsture. L 2, S 2  Ideoloģija: topoloģija, ģenealoģija, definīcija. L2  Ideoloģisko konstruktu modelēšana.S2  2. Ideoloģija un sociālie institūti. L 6, S 6  Valoda, ideoloģija un sociums.L2  Ideoloģiskā koncepcija - 'Maskava - trešā Roma' Krievijas sabiedriskajā domā. S2  Ideoloģija un reliģija: kopīgais un atšķirīgais.L2  Ideoloģija: 'Pareizticība - patvaldība - tautība' kā Krievijas impērijas politiskās ideoloģijas piemērs. S2  Zinātne un ideoloģija: konfrontācija vai mijiedarbība.L2  Komunistiskās ideoloģijas pievilcība un kritika.S2  3. Propagandas teorija un vēsture - L 2, S 2;  Propaganda: topoloģija, ģenealoģija, definīcija.L2  Propagandas ietekmes formas un metodes. Tiešā un netiešā propaganda. Propaganda un socializācija. Propagandas efektivitāte.S2  4. Propaganda un sociālie institūti. L 6, S 6  Propaganda no seniem laikiem līdz Pirmajam pasaules karam.L2  Propagandas valoda nacistiskajā Vācijā. Galvenie propagandas tēli un simboli. Varoņa un ienaidnieka tēls. S2  Propagandas valoda PSRS. Galvenie propagandas tēli un simboli. Varoņa un ienaidnieka tēls.S2  20. - 21. gs. propaganda. L2  Propagandas veidošanas un izplatīšanas tehnoloģijas.L2  Ideoloģijas un propagandas valoda kino. Galvenie propagandas tēli un simboli. Varoņa un ienaidnieka tēls.S2  Patstāvīgais darbs / Referātu tēmas: 1. Ideoloģija un nacionālā ideja. 2. Ideoloģijas loma socializācijas procesā.  3. Ideoloģijas jēdziens psihoanalīzē.  4. Deideoloģizācijas koncepcijas un to veidošanās iemesli.  5. Reideoloģizācijas koncepcijas un mūsdienu attieksme pret ideoloģijas fenomenu.  6. Ideoloģija un propaganda literārajā utopijas žanrā (pēc studējošā izvēles).  7. Ideoloģija un propaganda literārajā antiutopijas žanrā (pēc studējošā izvēles).  8. Ideoloģija un propaganda feļetona žanrā (pēc studējošā izvēles).  9. Ideoloģija un propaganda karikatūras žanrā (pēc studējošā izvēles).  10. Ideoloģija un propaganda un plašsaziņu brīvība. | |
| Obligāti izmantojamie informācijas avoti | |
| 1. DelHagen, Jacob M. Modern Propaganda: The art of influencing society, individuals, and the news media through digital communication, 2016.  2. Pītersons. D. 12 dzīves likumi: Haosa un kārtības līdzsvars. Rīga: Zoldnera izdevniecība, 2021.  3. Propaganda and Conflict: war, media and shaping the twentieth century / edited by Mark Connelly, Jo Fox, Stefan Goebel and Ulf Schmidt. London ;New York: Bloomsbury Academic, 2021.  3. Stanley J. How Propaganda Works. Princeton University Press, 2016.  4. Гусейнов Г. Советские идеологемы в русском дискурсе 1990-х гг.Москва: "Три квадрата", 2003.  5. Кара-Мурза С. Идеология и мать ее наука. Москва: Алгоритм, 2002.  6. Летягин Л. Философия идеологии. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 2014.  7. Родичкин Д. Идеологический элемент в художественной литературе как фактор формирования единства общества: социально-философский анализ. Мытищи, 2019.  8. Россия в поисках идеологий: трансформация ценностных регуляторов современных обществ / под ред. В. С. Мартьянова, Л. Г. Фишмана. Москва: Политическая энциклопедия, 2016.  9. Фёдоров А. Трансформации образа России на западном экране: от эпохи идеологической конфронтации (1946—1991) до современного этапа (1992—2010). — Москва: Изд-во МОО «Информация для всех», 2010. | |
| Papildus informācijas avoti | |
| 1. Cunningham Stanley B. The Idea of Propaganda: A Reconstruction. Westport, Conn.: Praeger, 2002.  2. Антонович И. Социодинамика идеологий. — Минск: Навука i тэхшка, 1995.  3. Жижек С. Возвышенный Объект Идеологии. — М.: «Художественный журнал», 1999.  4. Зелинский С. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. СПб: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2008;  5. Кернберг О. Конфликт, лидерство, идеология в группах и организация. Москва: Класс, 2015.  6. Маник С. Общественно-политическая лексика (оценочный аспект) в словарях различных типов. Иваново, 2001.  7. Макаренко В. Главные идеологии современности. Ростов н/Д.: Феникс, 2000.  8. Манхейм К. Идеология и утопия. Москва: Юристъ, 1992.  9. Почепцов Г. Пропаганда и контрпропаганда. Москва: Центр, 2004.  10. Сирота Н.Идеологии и идеологические течения: классическое наследие и современность. Учебное пособие. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет, 2009. | |
| Periodika un citi informācijas avoti | |
| [www.britannica.com](http://www.britannica.com)  <http://plato.stanford.edu/>  <http://libgen.info/index.php>  [http://filosof.historic.ru](http://filosof.historic.ru/)  <http://www.humanities.edu.ru> | |
| Piezīmes | |
|  | |