

У ЧОМУ ЗГУБНІСТЬ ПРОПАГАНДИ?

Тема 4

ОБҐРУНТУВАННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАНЯТТЯ

Матеріали фільму опосередковано через висловлювання автора, свідків дають можливість відстежити вплив пропаганди за тоталітарних режимів на пересічного громадянина.

Метою роботи з цим модулем є сприяння розвитку критичного мислення та здатності протистояти маніпулюванню свідомістю через засоби пропаганди. Пропоновані види діяльності допомагають досягти розуміння використання стереотипів у ідеологічних цілях.

Саме засобами пропаганди у тоталітарних країнах формується «громадська думка», «образ ворога», ідеал «вождів» нації. Стереотипізація, спрощення, масовість, повторюваність, пряма брехня, поєднувана із замовчуванням та «напів-правдою» – усі ці прийоми дозволяють нівелювати особисте ставлення до явища, події, народу, його представників, призводять до заміни особистості натовпом.

Робота з пропонованими матеріалами має сприяти не лише розумінню явищ, характерних для тоталітарних режимів, а й відстежувати впливовість пропаганди в сьогоденні.

Цілі уроку	■ Продемонструвати механізми та способи маніпулювання свідомістю засобами пропаганди в різні історичні періоди. ■ Сприяти розумінню ролі пропаганди в тоталітарній державі та в умовах нацистської окупації України взагалі. ■ Формувати уміння критично ставитися до пропаганди, аналізувати її призначення як засобу маніпуляції масовою та індивідуальною свідомістю.
Ключові слова і поняття	Пропаганда, переконання, стереотип, упередження, брехня, передсуди, маніпуляція свідомістю, факти, дегуманізація, «образ ворога», просвіта, діалог, критичне мислення
Методичні прийоми та техніки	Робота в групах, формальний та змістовний аналіз візуальних і текстуальних пропагандистських джерел, порівняльний аналіз джерел
Зв'язок з іншими заняттями посібника	Як подолати етнокультурні стереотипи? Хіба євреї чужинці? «Банальність зла»: чому Голокост став можливим? Євреї, роми... Хто наступний? Ті, хто були поруч: яким був вибір?
Час	45-50 хвилин

ХІД ЗАНЯТТЯ

1. [10-12 хв.]

Проведіть вступну бесіду:

- Поясніть, як ви розумієте термін «пропаганда».
- Наведіть приклади пропаганди, з якими ви зустрічалися.
- Яка мета пропаганди? Хто її визначає?
- Чи досягає пропаганда поставлених цілей? За рахунок чого?

 При обговоренні, яке варто проводити методом збирання думок по колу, не виправляйте учнів, ставте лише уточнювальні запитання. Після кількоххвилинного обговорення повідомте учням тему і мету заняття, наголошуючи, що ви будете розглядати приклади саме нацистської пропаганди та її вплив у контексті теми Голокосту.

Ознайомте учнів з визначеннями пропаганди (можливо, слід написати визначення на дошці чи великому аркуші паперу):

Пропаганда (від лат. *propaganda* – те, що належить до розповсюдження) – розповсюдження, насамперед, політичних переконань, поглядів та ідей з метою їх укорінення у суспільній свідомості та активізації практичної діяльності мас. Розповсюдження інформації, що вигідна певній соціальній групі¹.

Запитайте, яке з наведених визначень ближче до думок, що пролунали на початку обговорення. Запропонуйте учням виокремити ключові слова, які є в обох поясненнях. Зверніть увагу на присутність слів «суспільна свідомість», «практична діяльність», «інформація».



2. [10-12 хв.]

Попросіть учнів нагадати визначення понять «стереотипи», «упередження», «дискримінація» та визначити зв'язок з поняттям пропаганди.

Повідомте, що пропаганда особливо великого значення набуває в сучасних суспільствах з появою засобів масової інформації й можливістю цілеспрямовано її використовувати, маніпулювати нею. Одним із методів пропагандистської маніпуляції інформацією та суспільною свідомістю є

¹ Див.: Конфликт и общение. – Кишинэу: Изд-во «ARC», 1997. – С. 314.

обмеження вільного доступу до джерел інформації, відсутність реальної свободи слова. У таких умовах ті ідеї та образи, що нав'язуються пропагандою, стають беззаперечною істиною для великих мас людей, особливо молодшого віку.

Зазначте, що засобами пропаганди є, передусім, слово та художні образи, що створюються образотворчими мистецтвами, музикою, кіно тощо.

Роздайте учням в пари чи трійки текст (роздавальний матеріал 1). Попросіть їх уважно прочитати та виписати ключові слова, що розкривають ті прояви чи ознаки пропаганди, які є в цих висловлюваннях.

Бажано, щоб в учнів у результаті загального обговорення сформувався приблизно такий список:

Нав'язувати віру
Ілюзії
Міфи і гасла
Інтуїція
Групова психологія
Тваринний інстинкт
Демагогія
Життєва потреба
Вербальне насилля
Істерика
Емоційні виступи

Зберіть враження від списку.

Прочитайте вислів соратника Гітлера А. Шпеєра:

За допомогою таких технічних засобів, як радіо і гучномовці, вісімдесят мільйонів людей були позбавлені самостійного мислення².

Запитайте, як учні розуміють вислів. Який зв'язок вони вбачають між цією фразою та текстами, що були надані? Попросіть учнів висловитися з приводу того, як вони можуть пов'язати пропаганду й освіту та виховання. Роздайте для опрацювання в групах текст 1-а. Поставте запитання для роботи з текстом:

- Яку основну мету ставить Гітлер перед освітою і вихованням німецької молоді?

² Цит. за: Кара-Мурза С. Советская цивилизация. Кн. 1. – М., 2001. – С. 456.

- Чому він вважає, що знання – це «крах» для молоді?
- Чому Гітлер не потребував інтелектуальної еліти?
- Чому релігійна освіта і виховання згорнулися в роки нацистської влади?
- Як така освіта впливала на самостійне мислення?
- Що є спільного в методах нацистської освіти та пропаганди в гітлерівській Німеччині (порівняйте)?
Обговоріть.



3. [15-20 хв.]

Скажіть учням, що однією з найдієвіших форм пропаганди є візуальні форми – плакат, агітка, карикатура. Метою створення плакату, агітки є викликати цілком передбачувані почуття, спонукати до дії. На плакатах чи в агітаційних листівках використовуються тексти, що мають значне смислове навантаження. Ця форма пропаганди є «ідеологізованим мистецтвом», і йдеться не стільки про якісь зображені там реалії, скільки акцентуються ідеологічні установки, зокрема, щодо політичної злободенності чи актуальних аспектів історії.

При роботі з цим видом джерел будуть доречними наступні запитання (запишіть заздалегідь на великому аркуші паперу чи на дошці даний алгоритм):

- Що зображено?
- Чи є зображення «реальним» чи карикатурним, спотвореним, фантастичним?
- До чого закликає пропоноване до розгляду джерело, яке «повідомлення» воно містить?
- Де і коли могло бути створено джерело?
- Хто є очікуваною цільовою аудиторією?
- Якою є очікувана реакція?
- Якими засобами, прийомами користується автор?
- Хто міг бути замовником?
- Якою могла бути мета замовника?

Запропонуйте учням у малих групах опрацювати ілюстрації до дитячої антисемітської книжки часів становлення Третього Райху, карикатури, пропагандистські листівки за наведеним алгоритмом (роздавальний матеріал 2).

Вислухайте відповіді груп.

Приверніть увагу учнів до проблеми використання та насаджування стереотипів пропагандистськими джерелами.

Роздайте учням копії листівок, що розповсюджувалися в роки окупації.

- Які прийоми використані в наведених джерелах?
- Чому, на їхню думку, такі прості прийоми спрацьовували?
- Яка мета створення таких пропагандистських матеріалів?
- Якої реакції очікували замовники таких плакатів і листівок від населення?
- Чому пропаганду називають «маніпуляцією людською свідомістю»?
- Чи можна припустити, що ці прийоми пропаганди працюватимуть в інших історичних умовах та сьогодні? Чому?

 Зауважте, що впродовж фільму свідки ніде не згадують про вплив нацистської пропаганди, і запропонуйте переглянути **фрагмент фільму №1** (Марія Єгоричева-Глаголева, рятівник) [02:06].

Запитайте: чому згадані в інтерв'ю три категорії, що підлягали видачі нацистам, опинилися разом?

Розкажіть про нацистську ідеологію стосовно євреїв, зокрема як «провідників більшовизму». Попросіть учнів у групах ознайомитися з фрагментами з виступів Гітлера, Геббельса та директив керівництва вермахту (роздавальний матеріал 3) та виділити ключові слова в текстах, емоційно забарвлені та оціночні судження.

Запитайте: як співвідноситься отримана інформація з переглянутим фрагментом?

Роздайте в групи кілька плакатів з різних країн, що були зроблені в різний час (роздавальний матеріал 4). Поставте завдання: розглянути плакати, порівняти їх, знайти спільні прийоми, які були використані для передачі ідеї та зображення «образу ворога».

Вислухайте відповіді груп і завершіть заняття, запропонувавши учням підготувати короткий poradnik: «Як сучасній людині не стати жертвою пропаганди та маніпуляції свідомістю».

Д л я н о т а т о к

МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ВЧИТЕЛЯ

Для пропаганди як системи цілеспрямованого впливу на масову свідомість характерними є:

- життєвість (здатність розбудити близькі кожному спогади й переживання),
- повторюваність (що перетворює ідею-поняття на ідею-дію),
- простота (ідеї спрощуються до афоризмів, факти і їхня змістовна наповненість звужуються й здобувають образну форму).

Пропаганда в Третьому Райху

Сходження націонал-соціалістів до політичної влади й весь період існування Третього Райху супроводжувались інтенсивною пропагандистською кампанією, якою керував міністр народної освіти й пропаганди д-р Пауль Йозеф Геббельс. Більшістю перемог Гітлер і його рух зобов'язані неабияким здібностям міністра пропаганди.

Геббельс досконально вивчив американський досвід впливу на масову свідомість і використав його для Німеччини. Належним чином оцінивши можливості пропаганди, Геббельс стверджував, що пропаганда – це мистецтво, що тим ефективніше, чим менше люди здогадуються, що ними маніпулюють. Геббельс перетворив політичні мітинги й збори на пишні видовищні заходи, карнавали з музикою, прапорами й парадами, які впроваджували у свідомість людей, що Гітлер є надлюдиною, покликаним урядувати Німеччину.

З-під пера Геббельса вийшло безліч гасел, розповсюджених по всій країні: «Кров і ґрунт», «Народ без простору», «Євреї наше нещастя» тощо.

Завданням Геббельса було тримати народ у стані нервової напруги, і в цьому він досяг успіхів. Міністр пропаганди контролював пресу, радіомовлення, літературу, музику, кінематограф, театр, образотворче мистецтво, комерційну діяльність, туризм. Під його керівництвом працювало близько тисячі офіційних пропагандистів.

ІЗ СЕКРЕТНОГО ВИСТУПУ ГІТЛЕРА ПЕРЕД ПРЕДСТАВНИКАМИ НІМЕЦЬКОЇ ПРЕСИ 10 ЛИСТОПАДА 1938 РОКУ⁵

[...] Цього року ми поставили перед собою деякі завдання, які ми хочемо вирішити за допомогою нашої пропаганди.

⁵ Ausgewählte Dokumente zur Geschichte des Nationalsozialismus. 1939-1945 / Hrsg. von H.-A. Jacobsen und W. Lochmann. Bielefeld, 1961. Lieferung III. Dok. FH. Цит. за: Дашичев В.И. Стратегия Гитлера – путь к катастрофе, 1933–1945: в 4 т. – Т. 1. – М.: Наука, 2005. – С. 125, 126.

[...] З'явилася необхідність поступово перебудувати психологічно німецький народ і неквапом навіяти йому, що існують справи, які, якщо їх не можна вирішити мирними засобами, треба вирішувати за допомогою сили. Але для цього було не обов'язково пропагувати насильство як таке. Потрібно було висвітлювати для німецького народу певні зовнішньополітичні події так, щоб його внутрішній голос поступово сам став закликати до насильства. Це означає, що певні події треба було висвітлювати так, щоб в свідомості широких мас народу поступово автоматично виробилося переконання: якщо цього не можна домогтися по-доброму, тоді слід вдаватися до сили, бо далі це тривати не може. На цю роботу знадобилося багато місяців. Вона планомірно розгорталася, планомірно провадилася, посилювалася. Багато хто її не розумів, панове. Багато хто вважав, що все це якесь збочення. Це ті надрозумні інтелігенти, які не мають жодного поняття про те, як треба підготувати народ до того, щоб він стояв по стійці смирно, коли розпочнеться гроза [...]

Панове, моєю найбільшою гордістю завжди було те, що я створив для себе партію, яка і в час невдач слухняно й фанатично слідувала за мною, саме тоді фанатично слідувала за мною. Це було моєю найбільшою гордістю, й було для мене величезною втіхою. Ми повинні домогтися того, щоб і весь німецький народ чинив так само. Він повинен навчитися так фанатично вірити в остаточну перемогу, що навіть якщо ми коли-небудь зазнаємо поразок – нехай нація поставиться до них, я б сказав, із вищої точки зору: мовляв, це тимчасово, врешті-решт, перемога буде за нами! Був один прусський полководець, який, мабуть, краще всього втілював цю характерну рису. Це – Блюхер, людина, котра зазнала чимало поразок, але не втрачала фанатичної віри у кінцеву перемогу. І це мало вирішальне значення. Таким ми повинні виховувати весь наш народ. Йому слід прищепити абсолютну, сліпу, безумовну й повну віру в те, що, врешті-решт, ми досягнемо того, що нам необхідно. Цього можна добитися й досягти тільки через постійний вплив на силу народу, підкреслюючи позитивні сторони народу й по можливості уникаючи розмов про так звані негативні сторони.

Для цього також необхідно, щоб в першу чергу преса сліпо дотримувалася принципу: керівництво діє правильно! Панове, ми всі не застраховані від помилок. І газетярі схильні до цієї небезпеки. Але всі ми можемо існувати тільки в тому разі, коли перед лицем світової громадськості не говоримемо про помилки один одного, а зосередимо увагу на позитивному. Іншими словами необхідно – не заперечуючи взагалі можливості помилок або навіть дискусій – завжди підкреслювати у принципі правоту керівництва. Це має вирішальне значення [...].

Як нацистами здійснювалася антисемітська пропаганда в Україні?⁶

У роки нацистської окупації України для того, щоб мобілізувати до реалізації гітлерівської злочинної політики геноциду та морально «нейтралізувати» більшість місцевого населення, була задіяна добре спланована, розвинута система нацистської пропаганди, ідеологічною серцевиною якої був антисемітизм.

Нацистська антисемітська пропаганда здійснювалася, передусім, через *газети, а також листівки, плакати, театральні вистави тощо*. На окупованій території України працювали 16 *радіостанцій*, а також була створена розгалужена *кіномережа*, де постійно демонструвалися пропагандистські фільми на кшталт «Сталін та євреї», «Євреї і НКВС» тощо. Геббельсівська пропагандистська машина комплексно використовувала вищезгадані інформаційні канали обробки свідомості людей: так, карикатури з листівок друкувалися на газетних шпальтах, а газетні огляди, у свою чергу, часто передавалися місцевою радіомережею.

Втім, найбільший пропагандистський вплив на місцеве населення України здійснювався саме через періодичну пресу – через її масове тиражування, різнопланове подання друкованих матеріалів з урахуванням психології читачької аудиторії. На окупованій території СРСР, за підрахунками істориків, видавалося понад 400 газет, які були рупорами геббельсівської пропаганди. Але показово, що більшість з них – понад 300 – видавалися на окупованій території України (для порівняння: на окупованій території Росії – близько 60 газет, Білорусі – близько 100).

Рішення щодо випуску газет під німецькою цензурою на окупованій території СРСР, перш за все в Україні та Прибалтиці, було прийняте напередодні війни, у «Директиві начальника штабу Верховного Головнокомандування збройних сил Німеччини з питань пропаганди» від 6 червня 1941 р. Основним завданням газет, як і інших форм ідеологічного впливу, було проведення антирадянської пропаганди, складовою якої був антисемітизм. Наголошувалося на необхідності повного контролю над пресою: «...Якщо можливості слідкувати за пресою не буде, то робота газет і журналів... повинна бути припинена...»

Антисемітська пропаганда

Окупаційна преса не тільки «відбивала» події Голокосту, а й була одним зі знарядь Голокосту. На окупованій території України нацисти доклали

⁶ Скор. вар. статті: Щупак І. Нацистська антисемітська пропаганда серед місцевого населення України // Проблеми історії Голокосту. – 2006. – №2. – С. 147-175.

чимало зусиль до того, щоб не тільки примирити населення з «необхідністю» акцій знищення, а й зробити мешканців України активними учасниками «остаточного вирішення єврейського питання».

Основні принципи і положення антисемітської пропаганди були розроблені в Берліні, але «на місцях» гітлерівські намісники, місцеві колаборанти мали певну можливість «виявляти ініціативу».

Усі претензії до євреїв зводилися до декількох загальних тез (кліше):

1. Політичне: євреї панують у політичному житті, на партійних і державних посадах, і політичний режим у СРСР є «жидо-більшовицьким».

2. Расове: євреї своєю кров'ю і расою отруюють існування інших рас і народів; євреї – «недолюдина».

3. Релігійне: євреї – «народ-боговбивця», чаклуни та посібники диявола, виконавці демонічних ритуалів.

4. Культурне: євреї домінують у суспільному і культурному житті, ідеологічно отруюють навколишні народи.

5. Соціально-економічне: євреї посідають центральне місце в економіці і фінансовій сфері, у торгівлі і постачанні.

Абсолютна більшість антисемітських матеріалів у німецькій окупаційній пресі належить до першого «антисемітського кліше» – щодо необхідності боротьби з «жидо-більшовицьким» радянським режимом. У порівнянні з міфом «жидо-більшовизму» «релігійне кліше» має в антисемітських публікаціях абсолютно незначну питому вагу. Але це не означає, що релігійні чи культурні аспекти не мали певного значення в антисемітській ідеології.

Аналіз великого масиву антисемітських матеріалів в окупаційній пресі на території України дає можливість виділити основні антисемітські міфи, що формувалися за їхньою допомогою.

«Докази» того, що євреї нібито є ворогами українців і всіх слов'ян, встановили «кривавий жидо-більшовицький режим» у СРСР. Виходячи з цього історія СРСР інтерпретується як реалізація «жидо-більшовицького заклоту», за якого радянські керівники є маріонетками в руках євреїв, репресивні органи – знаряддям встановлення «жидівської диктатури» тощо.

Серед створених міфів – міф про «співжиття на території України... народності поневоленої – української і народності панівної – жидівської».

Окупаційні газети звинувачували євреїв у злочинах проти українців та інших слов'ян, намагалися покласти на євреїв відповідальність за всі дійсні або вигадані злочини радянського режиму. У багатьох газетах були розміщені матеріали про «злочини жидо-більшовиків» у Вінниці, де гітлерівці організували масові похорони «замордованих через енкаведистів українців».

Саме міф про «жидо-більшовицький характер» радянського режиму та необхідність звільнення від нього (що означало «звільнення» від євреїв) був основним в ідеологічному арсеналі нацистської пропаганди.

«Доповнюючи» тезу про «жидо-більшовицьке панування» в Україні та СРСР, нацистська пропаганда намагалася «підкрипити» її «узагальнюючим» міфом про всесвітню єврейську змову та злочинну природу єврейства взагалі.

Антисемітські листівки та карикатури

Антисемітські листівки та карикатури можна розподілити на декілька груп за «адресатами» цієї пропагандистської продукції:

- листівки до бійців Червоної армії;
- листівки до мешканців Західної України (до цієї групи треба окремо додати матеріали українських націоналістів);
- листівки до мешканців інших регіонів України.

Основний мотив листівок, як і газет, був пов'язаний з міфом про «жидо-більшовизм», провину євреїв у початку війни тощо. Крім тих міфів і кліше, про які йшлося вище, можна виділити такі основні ідеї антисемітських листівок і карикатур.

- Солдати-червоноармійці воюють за жидо-більшовицьких комісарів. Німецький режим «не має нічого проти» українців, кинутих до бою «жидо-більшовицьким режимом», і має на меті «звільнити» Україну від «жидо-більшовизму». Невипадково практично завжди на зворотному боці листівок і карикатур друкувалася «перепустка» для червоноармійців, що захочуть здатися у полон німцям, інколи – разом з поясненнями про «умови» полону (слід зауважити, що україномовних листівок, призначених для червоноармійців, було поширено набагато менше, ніж антисемітських листівок російською мовою).
- Євреї не хочуть і не можуть воювати. На фронті це видно на прикладі «єврея-політрука, що ховається за спинами червоноармійців» тощо.
- Євреї є «ляльководами» Сталіна, справжніми керівниками радянського режиму.
- Євреї є головними ворогами українського народу.

Слід зазначити, що під час створення спеціалістами геббельсівського відомства антисемітських листівок і карикатур найбільшою мірою враховувалися психологічні особливості людей, яким ця пропагандистська продукція була призначена.

Ефективність і вплив нацистської антисемітської пропаганди

Наразі немає науково обґрунтованих методик аналізу ефективності нацистської антисемітської пропаганди з урахуванням багатьох чинників: з одного боку – антисемітизму, що існував в Україні напередодні війни, з іншого – декларативної «інтернаціоналістської політики»; з одного боку – намагання частини місцевого населення пристосуватися до гітлерівського репресивного режиму (а відповідно, і погодитися з геноцидом євреїв або «не помічати» його), з іншого – протистояння нацистському окупаційному режиму і, певною мірою, його репресивній політиці щодо євреїв. Окрім того, слід зважати на таке:

- релігійні чинники (зокрема, у Західній Україні, де в багатьох регіонах суттєвий вплив мали уніатська церква та особисто митрополит Андрій Шептицький);
- поширеність національного руху ОУН-УПА, ставлення якого до «єврейського питання» змінювалося протягом війни;
- національний і соціальний склад населення в різних регіонах України тощо.

Антисемітська пропаганда була досить гнучкою. Слід вказати на «адресність» листівок, газет та інших матеріалів («адресатами» були червоноармійці, українські селяни, мешканці міст тощо). При цьому використовувалися «народні» форми билин, пісень для подачі антисемітських матеріалів, образи героїв народного фольклору відповідно до культурних традицій населення певного регіону.

Незважаючи на складність питання, цілком очевидно, що за умов окупації вплив антисемітської пропаганди був суттєвим. Значні накладі газет, перш за все обласних, масове розповсюдження наказів і листівок, а отже, велика місцева аудиторія говорять про наявність величезного інформаційно-пропагандистського впливу на свідомість місцевого населення.

Пропаганда мала певні «практичні» результати – антиєврейські дії місцевого населення за нацистськими ідеологічними настановами.

Разом з тим, не можна не сказати про численні приклади рятування євреїв місцевим українським населенням, що є практичним проявом протидії нацистській антисемітській пропаганді. Але в цілому наявні історичні дослідження свідчать, що більшість українців займала індиферентну позицію щодо «остаточного вирішення єврейського питання». І антиєврейська пропаганда зіграла тут не останню роль.

ДОДАТКОВІ СТРАТЕГІЇ РОБОТИ

 Для глибшого осмислення поняття «інформація», «спотворення інформації», «маніпуляція інформацією» проведіть вправу «Зіпсутий телефон», не повідомляючи її назви⁷.

Запропонуйте учням, які мають бажання, вишикуватися в лінію (для успіху вправи потрібно, щоб в цій лінії було не менше семи-восьми осіб. Якщо виявиться мало бажаючих взяти участь у вправі – вчитель має залучити всіх присутніх, наголосивши на важливості цієї вправи для розуміння теми заняття).

Прошепотіть на вухо першому учневі чи учениці речення: «Невисокий хлопчик з каштановим волоссям кричав на високого хлопчика зі світлим волоссям, тому що сестра невисокого хлопця з каштановим волоссям посварилася з братом високого хлопця зі світлим волоссям, але тепер вони знову помирилися».

Отримавши це повідомлення, кожен учень чи учениця мають прошепотіти його наступному. Учасник чи учасниця вправи, що отримали повідомлення останніми, мають повторити його вголос. Вчитель оголошує перший варіант і запитує:

- Чи змінилося повідомлення?
- Як можна перевірити, правду вам говорять чи ні?
- Як дізнатися, чи правду повідомляють газети, радіо, телебачення?
- Яку властивість інформації демонструє вправа?
- Який зв'язок даної вправи з поняттям «стереотипи», «пропаганда»?

При бажанні поглибити розуміння учнями методів і прийомів, що використовуються пропагандою, розвинути стійкі навички критичного мислення задля протистояння впливам і маніпуляціям, вчитель може використати наступні рекомендації.

При роботі з пропагандистськими матеріалами, як і при роботі з рекламою, слід пам'ятати про найпоширеніші прийоми⁸, що використовуються при їхньому створенні:

- **«причіпний вагон»:** усі це роблять, і ти повинен робити!
- **підбір фактів:** будемо наводити факти, що характеризують наші ідеї, товари з найкращого боку! Але не будемо нагадувати, відзначати погані, суперечливі сторони наших ідей або товарів!

⁷ Вправа зі збірника «Конфликт и общение». – Кишинэу: Изд-во «ARC», 1997. – С.73-74.

⁸ Опис пропагандистських прийомів за матеріалами підручника «Ми – громадяни України». – Львів: НВФ «Українські технології», 2002.

- **думка експертів:** знаменита людина (телезірка, наприклад) або експерт (асоціація стоматологів України) стверджує, що це добрий товар, отже – це обов'язково добрий товар!
- **гра на почуттях:** якщо ви закохані або вам сумно, або ви щасливі – цей товар або ідея для вас!
- **повторення назви товару або ідеї:** це чудовий товар або ідея! Це чудовий товар або ідея! Це чудовий товар або ідея! Це чудовий товар або ідея! Це чудовий товар або ідея!
- **прагнення зганьбити конкурентів:** вони дурять вас і намагаються змусити вас повірити, що їхні ліки вам допоможуть, але вам допоможуть тільки наші ліки!

Проблема ксенофобії та шляхів її формування може бути темою окремого учнівського проекту. Запропонуйте учням на основі самостійно знайдених Інтернет-ресурсів встановити, які з прийомів і засобів маніпуляції свідомістю використовуються сучасними пропагандистами расизму, антисемітизму та ксенофобії. Сконцентруйте увагу учнів на пошук шляхів протистояння цьому.

Рекомендована література для вчителя

Альтман И.А. Холокост и пресса на оккупированной территории СССР // Тень Холокоста. Материалы II Международного симпозиума «Уроки Холокоста и современная Россия». – М.: Фонд «Холокост», 1998.

Брамштедте Е., Френкель Г., Манвелл Р. Йозеф Геббельс. Мефистофель усмехается из прошлого. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2000.

Герцштейн Р.Е. Война, которую выиграл Гитлер. – Смоленск: Русич, 1996.

Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. – Киев: Орианы, 2000.

Почепцов Г. Психологические войны. – М.: Рефл-бук, 1999.

Пратканис Э.Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. – СПб.; М.: Прайм-ЕВРОЗНАК: Нева: ОЛМА-Пресс, 2002.

Пропаганда та «єврейське питання» в ЗМІ на окупованій нацистами території України, 1941–1944 (матеріали міжнародної наукової конференції) // Наукові записки. – Вип. 31. – Київ: Інститут політичних і етнонаціональних досліджень, 2006.

Рисс К. Адвокат дьявола. Иосиф Геббельс. – М.: Центрполиграф, 2000.

Тяглый М.И. Антисемитская пропаганда на оккупированных нацистами советских территориях: историография и методика изучения вопроса // Голокост і сучасність (журнал Українського центру вивчення історії Голокосту) – 2005. – №1.

Химка І. «Краківські вісті про євреїв». 1943. До історії українсько-єврейських взаємин у роки Другої світової війни // Філософська і соціологічна думка. – 1994. – №5-6.