

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Кафедра соціальних комунікацій

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Проректор з науково-педагогічної
і навчальної роботи та рекрутації
проф. Гаврилюк С.В. _____
« ____ » _____ 2015 р.

Психологія мас

Робоча програма

нормативної навчальної дисципліни
підготовки магістра
спеціальностей 8.18010019 Медіакомунікації,
8.03030101 Журналістика

Робоча програма нормативної навчальної дисципліни «Психологія мас» для студентів спеціальностей 8.18010019 Медіакомунікації, 8.03030101 Журналістика. – 1 вересня 2015 р. – 11 с.

Розробник: О.В. Кошелюк, доцент, к. філол. н.

Рецензент: С. І. Кравченко, професор, д. н. із соц. ком.

Робоча програма навчальної дисципліни затверджена на засіданні кафедри соціальних комунікацій
протокол № 1 від 02.09.2015 р.

Завідувач кафедри: _____ (С.І.Кравченко)

Робоча програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною комісією Інституту філології та журналістики
протокол № 1 від 02.09.2015 р.

Голова науково-методичної комісії інституту _____ (Р.С.Зінчук)

Робоча програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною радою університету

протокол № ____ від ____ . ____ . 2015 р.

Вступ

Програма навчальної дисципліни «Психологія мас» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістра спеціальностей «Медіакомунікації», «Журналістика».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є загальнотеоретичні положення, що розкривають особливості теорії мас, масової поведінки та основні тенденції у сфері масових інформаційних процесів та явищ.

Міждисциплінарні зв'язки. Дисципліна має теоретико-практичний характер і не випадає із тісних міждисциплінарних взаємозв'язків. Зокрема, курс пов'язаний теоретично і практично з усіма курсами професійного циклу, психологією, логікою, філософією, етикою.

Програма навчальної дисципліни складається з таких **змістових модулів**:

1. Теорія мас та масової поведінки.
2. Масові інформаційні процеси та явища.

1. Опис навчальної дисципліни

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів: 5	0303 Журналістика та інформація, 8.03030101 Журналістика	денна форма навчання
	1801 Специфічні категорії 8.18010019 Медіакомунікації,	нормативна
Модулів: 2	Психологія мас	Рік підготовки: 1
Змістових модулів: 2		Семестр: 9 /11
Загальна кількість годин: 150		Лекції: 36 год.
		Практичні: 18 год.
Тижневих годин: аудиторних: 3 самостійної роботи: 3	магістр	Самостійна робота: 86 год.
		Консультації: 10 год.
		Форма контролю: <u>екзамен</u>

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

2.1. Мета курсу – розглянути та проаналізувати конкретні інформаційно-психологічні явища, які дозволяють зануритися у сучасне суспільство, виявити глибинні (психологічні) регулятиви масової поведінки як складової психології мас.

2.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Психологія мас» є окреслити наукові підходи до теорії мас, натовпу, взаємодії маси та еліти, маси і лідера / лідерів, мас в аспекті культурної інтеграції, медіа психології, соціальних комунікацій, масових настроїв, політичних зокрема, та масових рухів.

2.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- основи психології мас, масової поведінки, масових настроїв та явищ,
- теорії мас у наукових концепціях від античності до сучасності,
- особливості механізмів масової поведінки,
- психологію масових настроїв в аспекті соціальних комунікацій,
- масові рухи як стихійну організацію мас, масові психічні явища,

- соціально-психологічні функції релігії як масового психічного явища,
- психологію та семіотику моди, механізмів творення масового модного образу,
- принципи дезінформації і маніпуляції масовою свідомістю та ефективні модулі протидії масово-інформаційним впливам.

вміти:

- аналізувати та критично оцінювати масову поведінку за принципом психологічних чинників регуляції;
- проводити історико-філософські аналітичні зрізи масових настроїв у політичному житті,
- опираючись на знання психологічних особливостей масових явищ, адекватно сприймати масові явища агресії та агресивно налаштованої аудиторії (мас),
- розпізнавати моделі масово-інформаційних впливів на підсвідомість задля ефективної протидії псі-атакам.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 150 годин / 5 кредитів ECTS.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1.

Теорія мас та масової поведінки

Тема 1. «Психологія мас» як навчальна дисципліна

Загальна характеристика курсу «Психологія мас»: предмет, об'єкт, мета, завдання, взаємозв'язки з іншими навчальними дисциплінами. Поняття курсу: натовп, маси, масова психологія, масова свідомість, несвідоме (індивідуальне та колективне), архетипи, масові настрої, масові рухи, масова поведінка, масові психічні явища, масова комунікація.

Тема 2-3. Маси та натовп у теорії психології мас

Маси у наукових концепціях. Теорії мас. Психологія мас Г. Лебона, Г. Тарда, З. Фрейда, В. Райха, В. Вундта, Л. Уорда, С. Сігеле, Е. Канетті, Ч. Маккея. Психологія мас як теоретична проблема (М. Михайловський, В. Бехтерев, В. Різун, П. Корявцев, Д. Ольшанський, А. Руткевич, С. Митрохін, С. Московічі, А. Назаретян, К. Грауман, Л. Крузе). Маси та натовп: ознаки, спільне й відмінне, етапи формування та принципи взаємодії. Види мас, їх характеристика. Поняття про натовп. Основні підходи до аналізу масової поведінки у натовпі. Трансформація індивідуальної свідомості та поведінки в умовах натовпу: роль індивідуального та колективного несвідомого. Особливості регуляції поведінки натовпу.

Тема 4. Психологічні аспекти масової поведінки

Масова поведінка у світлі психоемоційних явищ. Страх – рушійна сила поведінки мас. Забобони та ілюзії як інформаційно-психологічні фактори, що впливають на масову поведінку. Механізми стихійної масової поведінки. Зараження як механізм психології масової поведінки. Психологічні аспекти навіювання. Наслідування та його форми. Стереотипи у формуванні стилю масової поведінки.

Тема 5-6. Масові настрої

Поняття масових настроїв. Наукові підходи до вивчення та пояснення масових настроїв. Психофізіологічний підхід (Т. Ціген, В. Осипова, П. Вікторов, О. Чижевський). Соціальний підхід (Б. Паригін). Настрої з позицій теорії діяльності (О. Леонт'єв, Б. Додонов, А. Горячова, М. Макаров). «Масова людина» та масові настрої. Вплив соціальних та історичних чинників на динаміку масових настроїв.

Тема 7. Масові рухи як стихійна організація мас

Загальна характеристика масових рухів. Джерела виникнення та соціально-психологічні функції масових рухів. Мотиви участі у масових рухах: емоційно-афективна, ціннісно-раціональна, традиційна мотивація. Умови та етапи розвитку масових рухів. Види та характеристика масових рухів.

Змістовий модуль 2. Масові інформаційно-психологічні процеси та явища

Тема 8-9. Депресивні масові психічні явища. Паніка

Депресивні масові психічні явища та їх загальна характеристика. Масова паніка як феномен психологічної депресії. Умови виникнення та механізми розповсюдження масової паніки. Інформація, дезінформація та чутки як каталізатори виникнення масової паніки. Запобігання та способи попередження масової паніки.

Тема 10. Агресія як масове психічне явище

Поняття агресії та основні критерії її визначення. Види агресії. Біологічні, психологічні та соціальні чинники агресії. Особливості масової агресії. Агресія як інстинкт. Агресія як драйв. Агресія як соціальний феномен. Агресія у сфері суспільної комунікації. Агресивна аудиторія та способи подолання масових агресивних настроїв.

Тема 11. Релігія

Витоки та соціально-психологічні функції релігії. Психологія віри та масова психологія. Поняття про релігійний культ та його загальна характеристика. Психологічні особливості релігійних дій. Мотиви звернення мас до релігії.

Тема 12-13. Мода в системі масових явищ

Сутність та психологічні особливості моди як явища. Мода як психологічний захист від звичаїв. Мода як масова комунікація. Мода і наслідування. Мода як форма демонстрації власного «Я». Фактори та критерії модності. Семіотика моди. Механізми творення модного образу (образ модника-індивідуаліста, модника-сугестора). Процес та канали поширення моди. Соціально-психологічні функції моди. Мода як форма соціальної регуляції. Вплив моди на психологію мас.

Тема 14-15. Психологія реклами

Реклама у сфері масової комунікації. Психологічні аспекти впливу на масову свідомість. Психологія творення рекламних повідомлень. Символізація як процес, символ як інструмент рекламного впливу (рекламний образ, архетип, логотип). Архетипізація реклами на рівні мовних образів.

Тема 16-17. Маніпуляція масовою свідомістю

Зміст поняття «маніпуляції». Маніпулятивні технології в різних культурно-історичних умовах. Джерела та засоби маніпуляцій. Комплексні організаційні технології масового інформаційно-психологічного впливу. Технології таємного примусу особистості в масових інформаційних процесах.

Тема 18. Чутки у психології масової комунікації

Чутки у сучасному психоінформаційному полі. Масова комунікація та чутки. Різновиди чуток, їх загальна характеристика. Джерела, умови, технології та принципи творення чуток. Процеси інформаційного переродження чуток: згладжування, загострення, асиміляція. Протидія чуткам. Плітки.

4. Структура навчальної дисципліни

Таблиця 2

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	Усього	у тому числі			
		Лекц.	Практ.	Конс.	С. роб.
1	2	3	4	5	6
Змістовий модуль 1. Теорія мас та масової поведінки					
Тема 1. «Психологія мас» як навчальна	12	2	2		8

дисципліна					
Тема 2-3. Маса та натовп у теорії психології мас	16	4	2	2	8
Тема 4. Психологічні аспекти масової поведінки	14	2	4		8
Тема 5-6. Масові настрої	14	4	2		8
Тема 7. Масові рухи як стихійна організація мас	14	2	2	2	8
Разом за змістовим модулем 1	70	14	12	4	40
Змістовий модуль 2.					
Тема 8-9. Депресивні масові психічні явища. Паніка	12	4	2		6
Тема 10. Агресія як масове психічне явище	10	2		2	6
Тема 11. Релігія	12	2		2	8
Тема 12-13. Мода в системі масових явищ	12	4			8
Тема 14-15. Психологія реклами	14	4		2	8
Тема 16-17. Маніпуляція масовою свідомістю	10	4	2		4
Тема 18. Чутки у психології масової комунікації	10	2	2		6
Разом за змістовим модулем 2	80	22	6	6	46
Усього годин	150	36	18	10	86

5. Теми практичних занять

Таблиця 3

№ з/п	Тема, питання для обговорення	К-сть годин
1	<p>Тема «Маса та теорії елітизму» Зміст поняття «маса». Аналіз основних відомих теорій психології мас. Масова свідомість та колективне несвідоме. Поняття еліти (В. Парето). Теорії елітизму (Конфуцій, Платон, Аристотель, Н. Макіавеллі, Ф. Ніцше, Г. Моска, В. Парето (типи еліт за В. Парето: еліта лисиць, еліта левів), Р. Міхельс, Х. Ортега-і-Гасет та ін.). Критична концепція еліт Ч. Мілса. Елітарна особистість та її вплив на маси. Проблеми елітизму в сучасних мас-медіа.</p>	4
2	<p>Тема «Феномен лідерства. Лідер у масах» Феномен лідерства. Лідер «за», «проти» чи «в» масах? Особливості співіснування лідерів та мас. Індивідуальна психологія лідерства в аспекті масової психології. Типи лідерів: «Апостол», «Випадковий фанатик», «Аутсайдер», «Диктатор» (за Г.Лебоном, Д.Ольшанським), «Авторитет», «Бунтівник», «Дивак», «Функціонер-маніпулятор» (за Т. Адорно). Приклади лідерства в сучасному інформаційно-політичному просторі</p>	2
3	<p>Тема «Психологія масової комунікації» Поняття масової комунікації, суть та роль у процесі інформаційної взаємодії соціальних груп.</p>	2

	Ефекти масової комунікації на індивідуальному та суспільному рівнях. Методи психологічного впливу в масовій комунікації	
4	Тема «Маси – культура – суспільство – ЗМІ» Соціально-масові явища в інформаційному суспільстві. Масова людина та масова культура: проблеми інформаційної взаємодії. Види та функції масової культури. Вплив масової культури на особистість та суспільство. ЗМІ та динаміка масових явищ (інформаційне висвітлення, вплив тощо)	2
5	Тема «Масові політичні настрої» Масові політичні настрої, їх природа (масові настрої як сигнал, оцінка, прагнення). Суб'єкт масових політичних настроїв. Особливості виникнення та розвитку. Основні види та функції масових політичних настроїв. Механізми впливу та практика прогнозування масових політичних настроїв	2
6	Тема «Масові рухи як стихійна організація мас» Загальна характеристика масових рухів. Джерела виникнення та соціально-психологічні функції масових рухів. Мотиви участі у масових рухах: емоційно-афективна, ціннісно-раціональна, традиційна мотивація. Умови та етапи розвитку масових рухів. Види та характеристика масових рухів.	2
7	Тема «Масово-психологічні атаки. Поняття інформаційних війн» Поняття масово-психологічної атаки. Загальна характеристика пси-атак із погляду дієвості, створення образу, вибору засобів та об'єкта нападу. Інформаційні війни як цикл пси-атак. Концепції інформаційно-психологічних війн (теорія гегемонії А. Грамши, теорія молекулярної агресії, теорія комунікативного резонансу, теорія конфлікту культурних спільнот С.Хантінгтона та ін.)	4
Разом		18

6. Самостійна робота

Самостійна робота студентів включає опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу, вивчення окремих питань, що не були розглянуті в курсі лекцій, підготовку до практичних занять, яка передбачає, зокрема, виконання системи вправ практичного (аналітичного) та творчого характеру та конспектування статей.

Ефективність самостійної роботи студента викладач виявляє на практичних заняттях, під час тематичного тестування і відбиває в загальній оцінці за тему.

Таблиця 4

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	«Психологія мас» як навчальна дисципліна	8
2	Маси та натовп у теорії психології мас	8
3	Психологічні аспекти масової поведінки	8
4	Масові настрої	8
5	Масові рухи як стихійна організація мас	8
6	Депресивні масові психічні явища. Паніка	6
7	Агресія як масове психічне явище	6
8	Релігія	8

9	Мода в системі масових явищ	8
10	Психологія реклами	8
11	Маніпуляція масовою свідомістю	4
12	Чутки у психології масової комунікації	6
	Разом	86

7. Методи навчання

Комунікативний метод, пізнавальний метод, метод проблемного викладу, евристичний.

8. Форма підсумкового контролю успішності навчання

Підсумковий контроль успішності студента: контрольне тестування за змістом усього курсу (іспит).

9. Методи та засоби діагностики успішності навчання

Основні методи діагностики успішності навчання – письмові роботи, контрольне тестування, усний контроль (на кожному практичному занятті), іспит.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Таблиця 5

Поточний контроль (мах = 40 балів)									Модульний контроль (мах = 60 балів)	Загальна кількість балів	
Модуль 1									Модуль 2		
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2				МКР 1	МКР 2	100
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	T 9	30	30	
4	4	4	4	4	5	5	5	5			

Шкала оцінювання (національна та ECTS)

Таблиця 6

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи (проєкту), практики	для заліку
90 – 100	A	Відмінно	Зараховано
82 – 89	B	Добре	
75 – 81	C		
67 – 74	D		
60 – 66	E	Задовільно	Незараховано (з можливістю повторного складання)
1 – 59	Fx	Незадовільно	

Список джерел

Основна література:

1. Зеленін В. По той бік правди: НЛП як зброя інформаційно-пропагандистської війни: навчальний посібник / В. Зеленін. – К. : Люта справа, 2015. – 384 с.
2. Зелинский С. Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование массовыми психическими процессами посредством психоаналитических методик / С. Зелинский. – СПб. : Издательско-Торговый Дом «Скифия», 2008. – 248 с.
3. Канетти Э. Масса и власть : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.koob.ru
4. Лебонн Г. Психология народов и масс : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.koob.ru
5. Маккей Ч. Наиболее распространенные заблуждения и безумства толпы / Ч. Маккей. – М. : Изд. дом «Альпина», 1998. – 333 с.
6. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / С. Московичи. – М. : Центр психологии и психотерапии, 1998. – 480 с.
7. Назаретян А. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи / А. Назаретян. – СПб : Питер, 2003. – 192 с.
8. Ольшанский Д. Психология масс / Д. Ольшанский. – СПб : Питер, 2002. – 368 с.
9. Ортега-и-Гасет Х. Бунт мас / Х. Ортега-и-Гасет // Ортега-и-Гасет Х. Вибрані твори. – К. : Основи, 1994. – С.15-139.
10. Почепцов Г. Теория коммуникаций / Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2001. – 656 с.
11. Психология масс : хрестоматия по социальной психологии / Д. Райгородский. – М. : Бахрах, 1998. – 591 с.
12. Райх В. Психология масс и фашизм / В. Райх : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.pseudology.org/information/PsyhoMassFacism/index.htm>
13. Рейнгольд Г. Умная толпа : новая социальная революция / Г. Рейнгольд. – М. : Фаир-пресс, 2006. – 416 с.
14. Різун В. Маси : текст лекцій / В. Різун. – К. : Вид.-поліграф. центр «Київський університет», 2003. – 118 с.
15. Різун В. Теорія масової комунікації : підручник / В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
16. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого Я / З. Фрейд // Диалог. – 1990. – № 12. – С. 102-122.
17. Хевеши М. Толпа, массы, политика : историко-философский очерк / М. Хевеши. – М., 2001. – 115 с.

Додаткова:

1. Абдеев Р. Философия информационной цивилизации / Р. Абдеев. – М. : Владос, 1994. – 336 с.
2. Аброзе Е. Мода в динамике культурных процессов Европы / Е. Аброзе. – СПб. : Нестор, 2005. – 130 с.
3. Адорно Т. Типы и синдромы. Методологический подход / Т. Адорно // Социол. исследования. – 1993. – № 3. – С. 75-85.
4. Аронсон Э. Эпоха пропаганды. Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э. Аронсон, Э. Пратканис. – СПб. : Прайм – еврознак, 2003. – 384 с.
5. Артемов Г. Политическая социология : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/artem/07.php
6. Балдано И. Мода XX века : энциклопедия / И. Балдано. – М. : ОЛМА- пресс, 2002. – 399 с.
7. Барт Р. Система Моды : статьи по семиотике культуры / Р. Барт ; пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Зенкин. – М. : Изд-во им. Сабашниковых, 2003. – 512 с.
8. Белл Д. Социальные рамки информационного общества / Д. Белл : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://lib.socio.msu.ru>
9. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр. – М. : Рудомино, 2001. – 218 с.
10. Брайнт Дж. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайнт, С. Томпсон. – М. : Вильяме, 2004. – 432 с.

11. Васютинський В. Психологія влади в інтерактивному дискурсі / В. Васютинський // *І.* – 2003. – №30. – С.62-79.
12. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы / П.Винтерхофф-Шпурк. – Х. : Изд-во Гуманитарный Центр, 2007. – 288 с.
13. Гарднер Г. Искусство и наука влияния на взгляды людей / Г. Гарднер; ред. Э. Крайников ; пер.с англ. А.Н.Свирида. – М. : Вильямс, 2008. – 256 с.
14. Гофман А. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А. Гофман. – М. : Агентство «Издательский сервис», Изд-во «ГНОМ и Д», 2000. – 232 с.
15. Гуревич П. Бессознательное как фактор культурной динамики / П. Гуревич // *Вопросы философии.* – 2000. – № 10. – С. 37-41.
16. Гуревич П. Политическая психология : учебное пособие для студентов вузов / Гуревич П.С. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 543 с.
17. Дацаківська О. Маніпуляція як легітимазійна технологія / О. Дацаківська // *І.* – 2003. – № 30. – С. 122-131.
18. Донченко О. Архетипи соціального життя і політика : глибинні регулятиви психополітичного провсаякдення / О. Донченко, Ю. Романенко. – К. : Либідь, 2001. – 334 с.
19. Доценко Е. Манипуляция : психологическое определение понятия / Е. Доценко // *Психологический журнал.* – 1993. – № 4. – С.14-23.
20. Доценко Е. Механизмы межличностной манипуляции / Е. Доценко // *Вестник Московского университета. Серия 14. Психология.* – 1993. – № 4. – С.95-101.
21. Ермаков Ю. Манипуляция личностью : Смысл, приемы, последствия / Ю. Ермаков. – Екатеринбург, 1995. – 554 с.
22. Зелинский С. Анализ массовых манипуляций в России. Анализ задеирования манипулятивных методик управления массами в исследовании деструктивности современной эпохи на примере России. Психоаналитический подход / С. Зелинский. – СПб. : Издательско-Торговый Дом «Скифия», 2008. – 280 с.
23. Калина Н. Основы психоанализа / Н. Калина. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2001. – 352 с.
24. Канетти Э. Монстр власти / Э. Канетти, С. Московичи. – М, 2009. – 240 с.
25. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием / С. Кара-Мурза. – К. : Оріяни, 2006. – 528 с.
26. Килошенко М. Психология моды : теоретический и прикладной аспекты / М. Килошенко. – СПб. : СПГУТ, 2001. – 192 с.
27. Кирчів А. Маніпуляція і національна безпека / А. Кирчів // *І.* – 2003. – №30. – С. 54-71.
28. Колесов В. Человек и толпа / В. Колесов. – М. : МПСИ, 2001. – 464 с.
29. Концен П. Фанатизм. Психоанализ этого ужасного явления / П. Концен. – Х. : Гуманитарный центр, 2011. – 376 с.
30. Левчук Л. Психоаналіз : історія, теорія, мистецька практика / Л. Левчук. – К. : Либідь, 2002. – 255 с.
31. Мананикова Е. Психология личности : учебное пособие / Е.Мананикова. – М., 2008. – 220 с.
32. Мединська Ю. Колективне несвідоме як глибинна детермінанта етнічного менталітету / Ю. Мединська // *Психологія і суспільство.* – 2004. – № 2. – С. 50-117.
33. Менегетти А. Психология лидера / А. Манегетти. – М : Онтопсихология, 2004. – 256 с.
34. Московичі С. Стратегії пропаганди і колективного навіювання / С. Московичі // *І.* – 2003. – №30. – С.46-61.
35. Мун Я. Уйти из толпы. Толпа правит, но исключительность ведет / Я. Мун. – М. : Карьера-Пресс, 2012. – 372 с.
36. Назаров М. Массовая коммуникация в современном мире : методология анализа и практика исследований / М. Назаров. – М, 2000. –
37. Панарин И. Технология информационной войны / И. Панарин. – М. : КСП+, 2003. – 320 с.
38. Петрик В. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій : навч. посіб. / В. Петрик, О. Штоквиш. – К. : Росава, 2006. – 208 с.
39. Пітерс Дж. Слова на вітрі. Історія ідеї комунікації. / Дж. Пітерс. – К. : КМ Академія, 2004. – 302 с.
40. Поликарпова Е. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе / Е.Поликарпова. –

41. Почебут Л. Социальные общности. Психология толпы социума, этноса / Л. Почебут. – СПб : Петербург-XXI век, 2005. – 284 с.
42. Почепцов Г. Информационные войны. Основы военно-коммуникативных исследований / Г. Почепцов. – К. , 1999.
43. Прокофьев В. Тайное оружие информационной войны : атака на подсознание / В. Прокофьев. – М. : Синтег, 2003. – 408 с.
44. Психологические операции и противодействие им. – М. : Рефл-бук, 1993. – 354 с.
45. Психология лидерства : хрестоматия / сост. К. Сельченко. – М. : Харвест, 2004. – 368 с.
46. Расторгуев С. Информационная война / С. Расторгуев. – М., 1998. – 243 с.
47. Різун В. Загальна характеристика масовоінформаційної діяльності / В. Різун. – К., 2000. – 34 с.
48. Різун В. Лінгвістика впливу / В. Різун, Н. Непийвода, В. Корнєєв. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2005. – 148 с.
49. Сороченко Энциклопедия методов пропаганды. Как нас обрабатывают СМИ, политики и реклама : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http : // www.gumer.info / bibliotek_Buks / Psihol / Article / Soroch_MetPropag.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Article/Soroch_MetPropag.php)
50. Уорд Л. Психические факторы цивилизации / Л. Уорд. – СПб. : Питер, 2002. – 352 с.
51. Фрейд З. Введение в психоанализ. Лекции / З. Фрейд. – М. : Наука, 1989. – 456 с.
52. Фрейд З. Некоторые типы характеров из психоаналитической практики / З. Фрейд // Классический психоанализ и художественная литература / Сост и общ. ред. В. Лейбина. – СПб. : Питер, 2002. – С. 47-70.
53. Цветнов А. Управление социально-политическими процессами : технология избирательных кампаний, лоббирования, общественной деятельности / А. Цветнов. – СПб. : Азбука, 1996. – 546 с.
54. Шуровьески Дж. Мудрость толпы / Дж. Шуровьески. – М. : ООО «И.Д.Вильямс», 2007. – 304 с.
55. Юнг К. Г. Аналитическая психология : теория и практика. Тавистокские лекции / К. Г. Юнг. – СПб. : Азбука-классика, 2007. – 240 с.
56. Юнг К. Г. Об архетипах коллективного бессознательного / К. Г. Юнг // Юнг К. Г. Божественный ребенок : Аналитическая психология и воспитание : Сб. – М. : Олимп, ООО «Изд АСТ-ЛТД», 1997. – С. 248-290.
57. Юнг К. Г. Психологические типы / К. Г. Юнг. – СПб : Азбука, 2001. – 736 с.