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

Програма
нормативної навчальної дисципліни
підготовки магістра
спеціальностей 8.18010019 Медіакомунікації,
8.03030101 Журналістика

Луцьк – 2015

Програма нормативної навчальної дисципліни «Психологія мас» для студентів спеціальностей 8.18010019 Медіакомунікації, 8.03030101 Журналістика. – 1 вересня 2015 р. – 8 с.

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

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

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

Завідувач кафедри: _____(С.І.Кравченко)

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)

Програма навчальної дисципліни
схвалена науково-методичною радою університету

протокол № ___ від ___. ____. 2015 р.

© Кошелюк О.В., 2015

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.

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.

Інформаційний обсяг 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. Фройда, В. Райха, В. Вундта, Л. Уорда, С. Сігеле, Е. Канетті, Ч. Маккея. Психологія мас як теоретична проблема (М. Михайловський, В. Бехтерєв, 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. Циген, В. Осипова, П. Вікторов, О. Чижевський). Соціальний підхід (Б. Паригін). Настрої з позицій теорії діяльності (О. Леонтьєв, 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 чутки: згладжування, загострення, асиміляція. Протидія чуткам. Плітки.

Форма підсумкового контролю успішності навчання

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

Методи та засоби діагностики успішності навчання

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

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 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.koob.ru
4. Лебонн Г. Психология народов и масс : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : 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-і-Гасет Х. Бунт мас / Х. Ортега-і-Гасет // Ортега-і-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 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : 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 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : 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 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://lib.socio.msu.ru
9. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр. – М. : Рудомино, 2001. – 218 с.
10. Браянт Дж. Основы воздействия СМИ / Дж. Браянт, С. Томпсон. – М. : Вильяме, 2004. – 432 с.

11. Васютинський В. Психологія влади в інтерактивному дискурсі / В. Васютинський // Ї. – 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. Дащаківська О. Маніпуляція як легітимаційна технологія / О. Дащаківська // Ї. – 2003. – № 30. – С. 122-131.
18. Донченко О. Архетипи соціального життя і політика : глибинні регулятиви психополітичного провсякдення / 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 задействования 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 // Ї. – 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. Московічі С. Стратегії пропаганди і колективного навіювання / С. Московічі // Ї. – 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-ХХЫ 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. Сельченок. – 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 : [Елетронний ресурс]. – Режим доступу : 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 процесами : технология избирательных кампаний, лоббирования, общественной деятельности / А. Цветнов. – СПб. : Азбука, 1996. – 546 с.
54. Шуровьески Дж. Мудрость толпы / Дж. Шуровьески. – М. : ООО «И.Д.Вильяме», 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.