**ПСИХОЛОГІЯ МАС**

**МАТЕРІАЛИ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

Житомир

2022 – 2023 н.р.

**АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ**

Психологія мас – наука про психологічні закономірності та особливості взаємодії людей у великих соціальних групах. У ній виділяється низка напрямів:

1) психологічні особливості масової стихійної активності громадян;

2) психологічна характеристика основних різновидів натовпу;

3) психологія маніпуляцій масовою свідомістю.

***Метою вивчення навчальної дисципліни*** «Психологія мас» є формування у студентів системних теоретичних знань про закономірності, механізми прояву феноменів масової свідомості та поведінки в контексті суспільно-історичних і культурних умов розвитку суспільства; засвоєння ними основних механізмів та способів впливу на формування мас, масової свідомості і поведінки.

*Завдання вивчення дисципліни* закріплені у нормативно-правових документах Міністерства освіти і науки України. Зміст курсу передбачає не тільки засвоєння студентами психологічних особливостей масової поведінки, механізмів її виникнення, розвитку та способів врегулювання, але й забезпечення професійного підходу до вирішення практичних проблем у різноманітних сферах людської життєдіяльності, де проявляються феномени масової свідомості. Також результатом засвоєння курсу є виокремлення найважливіших елементів психології великих груп: їх національний характер, традиції, звичаї, потреби, інтереси тощо.

**У результаті вивчення навчальної дисципліни «Психологія мас» студенти повинні**

***з н а т и:***

* історичні аспекти дослідження масових психологічних феноменів;
* структуру, компоненти, механізми та форми масової поведінки;
* регулятори та детермінанти масової поведінки;
* передумови виникнення, динаміку масових суспільних явищ, прийоми запобігання масових деструктивних процесів;
* психологічні особливості масової культури (системи установок, інтересів, цінностей) та її впливу на поведінку мас;
* психологічні основи масової комунікації, види та особливості функціонування засобів масової комунікації;
* механізми та основні складові маніпулювання масовою свідомістю;
* психологічні засади протидії маніпуляціям масовою свідомістю;

***в м і т и:***

* оперувати понятійно-категоріальним апаратом психології мас;
* складати програму і самостійно проводити дослідження феноменів психології мас;
* виявляти особливості психологічного впливу масових суспільних явищ на особистість, малі соціальні групи, соціальні процеси;
* здійснювати психологічний аналіз масових соціально-психологічних явищ;
* фіксувати масові соціально-психологічні явища і факти за допомогою відповідних психологічних засобів;
* використовувати прийоми та техніки базових психологічних досліджень масової поведінки;
* планувати та проводити психологічне дослідження масової поведінки.

**Структура (тематичний план) навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Змістовні модулі і теми | Кількість годин | | | |
| усього | лекції | практичні | самостійна робота |
| **Модуль 1**  **Теоретичні та методологічні засади психології мас** | | | | |
| Тема 1. Історія дослідження масових психологічних феноменів. | 18 | 2 | 4 | 12 |
| Тема 2. Види та характеристики мас. Критерії класифікації мас. | 18 | 2 | 4 | 12 |
| ***Разом за модуль 1*** | 36 | 4 | 8 | 24 |
| **Модуль 2**  **Маси та масова свідомість** | | | | |
| Тема 3. Психологія масової свідомості. | 18 | 2 | 4 | 12 |
| Тема 4. Психологія масових настроїв і масовий вплив. | 18 | 2 | 4 | 12 |
| ***Разом за модуль 2*** | 36 | 4 | 8 | 24 |
| **Модуль 3**  **Стихійна поведінка та масові соціально-психологічні явища** | | | | |
| Тема 5. Психологія стихійної масової поведінки. | 18 | 2 | 4 | 12 |
| Тема 6. Масові соціально-психологічні явища. | 18 | 2 | 4 | 12 |
| ***Разом за модуль 3*** | 36 | 4 | 8 | 24 |
| **Модуль 4**  **Психологія маніпуляції масовою свідомістю** | | | | |
| Тема 7. Сутність та зміст маніпуляції масовою свідомістю. | 20 | 2 | 4 | 14 |
| Тема 8. Технології соціально-психологічного впливу. | 22 | 2 | 4 | 16 |
| ***Разом за змістовий модуль 4*** | 42 | 4 | 8 | 30 |
| Усього | 150 | 16 | 32 | 102 |

**ОСНОВНІ ТЕРМІНИ ДИСЦИПЛІНИ**

**Соціальні норми** – елемент суспільного управління, засіб орієнтації поведінки особистості (соціальної групи) у конкретних соціальних умовах і, водночас, засіб контролю з боку суспільства за їх поведінкою. За допомогою соціальних норм здійснюється нормативна регуляція поведінки окремої людини чи соціальної групи (колективу).

**Масові форми вияву активності** – поведінка великих груп людей, що виникає внаслідок безпосередньої або опосередкованої психічної взаємодії між ними на основі загальних або схожих інтересів, має аналогічні зовнішні прояви і регулюється соціальними нормами лише частково або не регулюється зовсім.

**Масові явища** – такі, що охоплюють всю або більшу частину групи та впливають на всіх або більшу частину її членів. Вони можуть бути переважно: мотиваційного характеру (групові цілі, потреби, інтереси, очікування, установки й ін.); пізнавального характеру (групова думка, погляди, переконання, сприйняття, забобони й ін.); емоційного характеру (групові настрої, почуття, переживання й ін.); поведінково-вольового характеру (групові дії, норми, звичаї, традиції, мода, смаки).

**Натовп** – велика група людей, зовнішньо і внутрішньо не організованих, об’єднаних лише прагненням до негайної дії.

**Агресивний натовп** – сукупність емоційно збуджених, агресивно налаштованих громадян; неорганізована спільність, що не виключає наявності в ній організованої групи (ядра), яке провокує й спрямовує індивідуальну агресивність присутніх.

**Маніпуляція** – засіб психологічного впливу, спрямований на підсвідомість особи; здійснюється потай і має на меті зміну думок, спонукань і цілей людей у потрібному маніпуляторові напрямку.

**Маніпулювання** (маніпулятивна поведінка) – такий спосіб організації відносин, коли один учасник прагне досягти своєї мети за рахунок іншого, причому таким чином, щоб останній не усвідомив, що його поведінка насправді зумовлена (провокована) ініціатором взаємодії.

**Програма навчальної дисципліни**

**Модуль 1**

*Теоретичні та методологічні засади психології мас*

Тема 1. Історія дослідження масових психологічних феноменів.

Виникнення поняття маси. Концептуальні інтерпретації поняття «маси»: натовп (Г. Лебон); публіка (Г. Тард); гетерогенна аудиторія, що протистоїть класам та відносно гомогенних групам (Е. Ледерер, М. Арендт); «агрегат людей, в якому не розрізняються групи та індивіди» (У. Корнхаузер); рівень некомпетентності, «зниження цивілізації» (Х. Ортега-і-Гасет); продукт машинної техніки і технології (Л. Мамфорд); «над організоване» бюрократичне суспільство, в якому панують тенденції до відчуження. Теорії «масового суспільства»: «аристократичний» варіант Х. Ортеги-і-Гасета; ліберально-критичний варіант (К. Мангейма, Д. Рисмена, Е. Фромма); ліворадикальний варіант (Р. Міллса); концепція Д. Белла та Е. Шілза.

Тема 2. **Види та характеристики мас. Критерії класифікації мас.**

Психологічна структура мас. Критерії класифікації мас: розмір, стабільність, компактність, впорядкованість, форма внутрішнього зв’язку, особливості виникнення; гомогенність. Основні характеристики мас: статичність (аморфність мас, відмінної від самостійної, системної, структурованої групи); стохастична, імовірнісна природа мас (відкритість, розмитість її кордонів, невизначеність її складу у кількісному та якісному відношенні); ситуативність, тимчасовість її існування; гетерогенність, різнорідність складу мас. Людина і маса. Зміни, що відбуваються з індивідом у масі.

**Модуль 2**

***Маси та масова свідомість***

Тема 3. Психологія масової свідомості.

Масова свідомість: наукові дефініції і тлумачення. Суспільна свідомість. Джерела формування масової свідомості. Психологічні характеристики масової свідомості. Вплив масової свідомості на формування масової поведінки і масових поведінкових стереотипів. Концепція соціального наслідування Г. Тарда. Теорія психології натовпу та маси Г. Лебона. Концепція рівневої структури «масової психіки» В. Парето.

Маніпулятивні технології формування масової свідомості. Стратегії та техніки маніпуляції масової свідомості. Деструктивні культи і контроль масової свідомості та поведінки.

**Тема 4. Психологія масових настроїв і масовий вплив.**

Визначення феномену масових настроїв. Природа та специфічні особливості масових настроїв. Етапи розвитку масових настроїв.

Масовий вплив як соціально-психологічний феномен. Види, прийоми та засоби масового впливу. Технології масового впливу.

Модуль 3

***Стихійна поведінка та масові соціально-психологічні явища***

**Тема 5. Психологія стихійної масової поведінки.**

Стихійна масова поведінка як феномен. Суб’єкти стихійної масової поведінки. Публіка як суб’єкт стихійної масової поведінки. Аудиторія та її психологічні особливості. Натовп як психологічний феномен та його різновиди. Психологічні властивості натовпу. Психологічні характеристики людини натовпу. Концепція кримінального натовпу С. Сігеле. Теорія героя та натовпу М. Михайлівського. Динамічні характеристики натовпу. Механізми та етапи формування натовпу. Актуалізована велика соціальна група спортивних вболівальників.

**Тема 6. Масові соціально-психологічні явища.**

Масова комунікація: визначення, функції, рівні, структура масової комунікації. Форми, види, ефекти масової комунікації. Комунікаційний простір та його організація. Типи комунікаторів. Характеристики ключового комунікатора. Методи пошуку ключових комунікаторів. Закон поширення інформації. Засоби масової інформації.

**Модуль 4**

***Психологія маніпуляції масовою свідомістю***

**Тема 7. Сутність та зміст маніпуляції масовою свідомістю.**

Поняття «маніпуляція» та його ознаки. Межі поняття ***«***маніпуляція». Маніпуляція свідомістю як взаємодія*.* Феномен «економії мислення». Основні складові маніпуляції масовою свідомістю. Механізми маніпулювання масовою свідомістю. Створення контексту, звернення до інстинктів, вплив слова на підсвідомість, психологічний захист, мозаїчна культура. Базові умови протидії маніпуляції.

**Тема 8. Технології соціально-психологічного впливу.**

Механізми пропаганди та переконання. Громадська думка як масовий соціально-психологічний феномен. Плітки. Чутки як масовий соціально-психологічний феномен. Класифікація та особливості циркуляції чуток. Чинники виникнення чуток та їх профілактика.

Мода як масове соціально-психологічне явище.

Психологія реклами як метод впливу на споживача.

Формування іміджу як спосіб впливу на масову свідомість. Психотехнології політичного впливу.

**Завдання для самостійної роботи**

Основними завданнями самостійної роботи слухачів є підготовка і виконання поточних навчальних завдань, а також самостійне вивчення окремих питань навчальної дисципліни. Самостійна робота передбачає підготовку навчально-наукового есе (згідно визначених вимог) за однією із запропонованих тем.

1. Поняття «соціально-масові явища», «масова свідомість», «масова культура», «маса», «масова активність», «масова поведінка» та їх співвідношення.
2. Методи дослідження масової активності.
3. Історія становлення проблеми масової поведінки в зарубіжній та вітчизняній науці (теорії Г. Лебона, Г. Тарда, З. Фрейда, X. Ортега-і-Гассета, Е. Канетті, С. Московічі та ін.)
4. Основні різновиди масової стихійної поведінки.
5. Надати приклади масовидної поведінки тварин та масової поведінки людей.
6. Психологічна характеристика різновидів натовпу (кожен різновид – окрема доповідь).
7. Психологія поведінки агресивного натовпу.
8. Агресивний натовп та закономірності його функціонування: склад, основні етапи розвитку.
9. Закономірності виникнення та особливості динаміки панічного натовпу.
10. Психологічні особливості поведінки індивіда в натовпі.
11. Протиборство між молодіжними угрупуваннями та його соціально-психологічні наслідки.
12. Футбольні фанати та рух скінхедів як соціально-психологічний феномен.
13. Психологічна характеристика інструментальних психологічних рис, необхідних для здійснення регулювального впливу на поведінку натовпу.
14. Програма соціально-психологічного тренінгу з підготовки до дій в умовах натовпу.
15. Поняття «маніпуляція» та історія виникнення доктрини маніпуляцій масовою свідомістю.
16. Механізми маніпулювання масовою свідомістю.
17. Основні складові маніпуляції масовою свідомістю.
18. Страх тероризму як результат маніпулятивного впливу.
19. Правила протидії маніпуляції масовою свідомістю.
20. Умови протидії маніпуляції масовою свідомістю.

**7. Індивідуальні завдання**

Метою виконання індивідуальних завдань є: закріплення, поглиблення й узагальнення знань, отриманих студентами на теоретичних і практичних заняттях.

Індивідуальна робота студентів з навчальної дисципліни «Психологія мас» включає:

• анотування вивченої додаткової літератури;

• опрацювання визначених проблемних питань та їх обговорення на практичних заняттях;

• написання есе за визначеною тематикою;

• складання психодіагностичного інструментарію тощо.

**Орієнтовна тематика есе**

1. Базові принципи впливу на маси за Г. Лебоном.
2. Проблема асоціальності маси.
3. Проблема покарання натовпу.
4. Пропаганда як механізм впливу на маси.
5. Кругообіг ідей в теорії мас Г. Лебона.
6. Елементи натовпу за Г. Лебоном.
7. Концепція масової свідомості в теорії З. Фройда.
8. Трактування контролю в концепції З. Фройда.
9. Проблема ідентичності в теорії З. Фройда.
10. Індивід як винахід 20 ст. в теорії мас С. Московічі.
11. Теорії масового та класового суспільства в концепції С. Московічі.
12. Особистість вождя в концепції С. Московічі.
13. Проблема формування віри в лідерстві за С. Моковічі.
14. Стратегії пропаганди та навіювання в концепції С. Московічі.
15. Класифікації мас в теорії Е. Канетті.
16. Властивості маси за Е. Канетті.
17. Поняття ритму при трактуванні маси.
18. Масові символи в теорії Е. Канетті.
19. Елементарна колективна поведінка в концепції Г. Блумера.
20. Форми елементарної колективної поведінки в концепції Г. Блумера.
21. Типи елементарних колективних груп.
22. Методи досліджень масової поведінки.
23. Методи та засоби формування масової свідомості.
24. Реклама як метод впливу на споживача
25. Формування іміджу як спосіб впливу на масову свідомість.
26. Проблема маніпулювання масовою свідомістю у засобах масової інформації.
27. Ефекти масової комунікації.
28. Чутки та їх різновиди.

**Рекомендована література**

***Основна література:***

1. Корнєв, М. Н., Фомічова, В. М. (2000). Психологія масової поведінки / М. Н. Корнєв, В. М. Фомічова. К.: Ін-т післядипломної освіти Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. 268 с.
2. Лебон, Г. (2021). Психологія мас. К : Андронум. 138 с.
3. Лебон, Г. (1995). Психологія народів і мас. Вид-во: Макет. 311 с.
4. Московичі С. (1998). Вік натовпів: Історичний трактат з психології мас / Серж Московичі; [пер. з фр. Т. П. Ємельянова]. Вид-во «Центр психології та психотерапії». 480 с.
5. Психологія мас : навчальний посібник / автор-упорядник Я. Є. Кальба. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2012. 208 с.
6. Райх, В. (1997). Психологія мас і фашизм: пер. з нім. Вид-во «Університетська книга». 380 с.
7. Різун, В. В. (2003). Маси / В. В. Різун. К.: ВПЦ «Київський університет». 264 с.
8. Тард, Г. (1902). Громадська думка та натовп / Г. Тард; [пер. з фр. за ред. П. З. Когана]. Вид-во А. І. Мамонтова. IV. 201 с.
9. Тард, Г. (1903). Особистість і натовп: Нариси з соціал. Психології /Г. Тард; [пер. з фр. Є. Предтеченського]. Вид-во А. Большакова та Д. Голова. [4]. II. 178 с.
10. Туриніна, О. (2012). Психологія масової поведінки: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. Л. Туриніна. К. : ДП «Видавничий дім «Персонал». 152 с.
11. Фройд, З. (2013). Психологія мас і аналіз людського «Я»: [пер. з нім]. Вид-во Азбука-Аттікус. С. 67-84.

***Допоміжна література***

1. Кальба, Я. (2010). Масифікація та її прояви в контексті сучасних телемедіа / Я. Кальба // *Практична психологія та соціальна робота*. № 4. С. 63-67.
2. Кальба, Я. (2011). Психологічні механізми впливу реклами на свідомість та поведінку людини / Я.Кальба // *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави*: К.: Міленіум. Вип. 27 (30). С. 157-167.
3. Орбан-Лембрик, Л. Е. (2005). Масова культура і моделі поведінки / Л. Е. Орбан-Лембрик // *Соціальна психологія*. № 2. С. 38-44.
4. Орбан-Лембрик, Л. Е. (2006) Соціальна психологія: [підручник: у 2 кн.]. Кн. 2: *Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія* / Л. Е. Орбан-Лембрик. К.: Либідь. 560 с.
5. Різун, В. В. Теорія масової комунікації [Електроний ресурс] / В.В. Різун // Електронна бібліотека Інституту журналістики. Режим доступу до біб-ки : <http://www.journ.univ.kiev.ua/>.
6. Татенко, В. О. (2008). Соціальна психологія впливу: монографія / В. О. Татенко. К.: Міленіум. 216 с.
7. Татенко, В. О. (2003). Соціально-психологічні механізми впливу людини на людину / В.О. Татенко // *Соціальна психологія*. № 1. С. 60-72.
8. Якубіна, В. Л. (2007). Еволюція концепту масовості: хода від психосоматичного тлумачення до соціально-філософського виміру // *Альманах «Філософські проблеми гуманітарних наук»*, КНУ ім. Тараса Шевченка. К. № 12-13. С. 194–197.

***Інформаційні ресурси в Інтернеті***

1. Бібліотека психологічної літератури: <http://psylib.kiev.ua/>.
2. Українські підручники он-лайн: <http://pidruchniki.ws/>.
3. Психологічна бібліотека Псі-фактор: <http://psyfactor.org>.
4. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського <http://www.nbuv.gov.ua/>.
5. Наукова бібліотека національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова: <http://hklib.npu.edu.ua/>.
6. Портал професійних психологів України «У психолога»: <http://upsihologa.com.ua/>.