

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП



НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
дисципліни
“ПСИХОЛОГІЯ МАСОВОЇ ПОВЕДІНКИ”
(для спеціалістів)

МАУП

Київ 2006

Підготовлено доцентом кафедри психології *Р. Ф. Пасічняк*

Затверджено на засіданні кафедри психології
(протокол № 8 від 10.03.06)

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом



МАУП

Пасічняк Р. Ф. Навчальна програма дисципліни “Психологія масової поведінки” (для спеціалістів). — К.: МАУП, 2006. — 12 с.

Навчальна програма містить пояснювальну записку, тематичний план, зміст дисципліни “Психологія масової поведінки”, теми контрольних робіт, питання для самоконтролю, а також список літератури.

© Міжрегіональна Академія
управління персоналом (МАУП),
2006

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Вивчення курсу “Психологія масової поведінки” є логічним продовженням ознайомлення студентів з проблемами соціальної психології, яка вивчає вплив групи на поведінку індивіда, в даному випадку – маси. Знання практичного психолога особливостей масової поведінки, механізмів її виникнення та розвитку, способів врегулювання забезпечить грамотний підхід до вирішення практичних проблем у різноманітних сферах людської життєдіяльності, де проявляються феномени масової свідомості.

Мета вивчення курсу — сформувати у студентів теоретичні знання, щодо особливостей прояву феноменів масової свідомості та поведінки в контексті історичних умов і взаємодії різних видів культури; ознайомити з основними механізмами та способами впливу на формування мас, ефективного соціального контролю, що дасть можливість стабілізувати суспільство, зменшити ймовірність соціальних конфліктів і катаклізмів, збільшити можливості суспільного прогресу.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН дисципліни “ПСИХОЛОГІЯ МАСОВОЇ ПОВЕДІНКИ”

№ Пор.	Назва змістового модуля і теми
1	Змістовий модуль I. Маси і масова свідомість
2	Суть та основні прояви психології мас
3	Масові психічні стани та їх прояви
3	Механізми масової психології
4	Змістовий модуль II. Масові настрої
4	Психологія масових настроїв
5	Масові настрої в політиці
6	Змістовий модуль III. Масові соціально-психологічні явища
6	Мода як стандартизована стихійна масова поведінка
7	Психологія чуток
8	Психологія масових комунікацій
9	Психологія реклами
10	Змістовий модуль IV. Масові рухи як різновид масової поведінки
10	Психологія масових рухів
Разом годин: 81	

ЗМІСТ
дисципліни

“ПСИХОЛОГІЯ МАСОВОЇ ПОВЕДІНКИ”

Змістовий модуль I. Маси і масова свідомість

Тема 1. Суть та основні прояви психології мас

Поняття “маси” у філософії, соціології та соціальній психології. Теорії “мас”. Психологія мас Г. Лебона. Внесок Г. Тарда в розвиток теорії мас. Концептуальні інтерпретації “маси” (Г. Блумер, Х. Ортега-і-Гассет, Ф. Юнгер, Г. Зіммель, М. Вебер, Е. Ледерер, Х. Арендт та ін.). З. Фрейд про масову свідомість.

Поняття про масову свідомість. Змістовний і структурний підходи до трактування масової свідомості. Масова поведінка як діяльнісний прояв масової свідомості. Основні властивості масової свідомості. Формування та функціонування масової свідомості.

Типології масової свідомості. Основні види мас.

Література [4; 9; 11; 15; 22; 24]

Тема 2. Масові психічні стани та їх прояви

Загальні механізми стихійної поведінки. Поняття про “циркулярну реакцію” як механізм стихійної поведінки. Етапи циркулярної реакції. Поняття “емоційного кружляння”.

Суб’єкти стихійної поведінки. Поняття про натовп. Типологія натовпу. Поняття про випадковий, експресивний, конвенційний, діючий натовпи. Психологічні фактори існування натовпу. Зібрана та незібрана публіка, її види.

Основні форми стихійної поведінки. Поняття про масову паніку та умови її виникнення. Способи впливу на панічну поведінку. Масова агресія як форма стихійної поведінки, умови її виникнення. Механізми впливу на агресивний натовп.

Література [2; 5; 9; 14; 15; 19; 22]

Тема 3. Механізми масової психології

Внесок Г. Лебона, Г. Тарда, З. Фрейда, У. Макдагалла, Ш. Сігеле у вивчення механізмів масової психології.

Зараження як механізм психології масової поведінки. Навіювання як механізм масової психології. Наслідування як механізм масової поведінки. Взаємодія основних механізмів масової психології.

Література [3; 4; 6; 9; 15–17; 19; 20; 23]

Змістовий модуль II. Масові настрої

Тема 4. Психологія масових настроїв

Історичні аспекти розвитку масових настроїв.

Наукові підходи до вивчення та пояснення масових настроїв. Психофізіологічний підхід (Т. Ціген, В. Осипова, П. Вікторов, О. Чижевський). Соціально-психологічний підхід (Б. Паригін). Настрої з позицій теорії діяльності (О. Леонт'єв, Б. Додонов, А. Горячова, М. Макаров, Б. Поршньов).

Соціальне походження настроїв. Змістова “соціальність” настроїв. “Соціальність” як властивість суб’єкта масових настроїв.

Література [4; 5; 7–9; 12; 13; 21]

Тема 5. Масові настрої в політиці

Природа масових політичних настроїв. Масові настрої як сигнал. Масові настрої як оцінка. Масові настрої як установка.

Суб’єкт масових політичних настроїв. Гетерогенність і ситуативність як основні характеристики суб’єкта масових політичних настроїв. Формування масових політичних настроїв.

Об’єктивні та суб’єктивні фактори розвитку масових політичних настроїв. Динамічні аспекти масових настроїв. Цикли та рівні розвитку масових настроїв. Функції масових політичних настроїв.

Механізми впливу на масові настрої. Прогнозування масових настроїв.

Література [4–9; 12; 13; 21]

Змістовий модуль III. Масові соціально-психологічні явища

Тема 6. Мода як стандартизована стихійна масова поведінка

Мода як психологічний феномен. Психологічні механізми моди. “Модність” як психологічна категорія. Фактори модності. Мода як масове наслідування. Конформізм як фактор модності.

Соціально-психологічні функції моди.

Елементи поширення моди: автор, співавтор моди, демонстратори і первинні поширювачі моди, структури локального поширення моди, прихильники моди, засоби масового тиражування, реклама, масова система продажу.

“Модник” як людський тип, який забезпечує функціонування основних етапів поширення моди.

Література [4; 9; 10; 16; 17]

Тема 7. Психологія чутток

Чутки та їх різновиди: чутки-бажання, чутки-страшилки, агресивні чутки. Джерела та умови виникнення чутток. Циркуляція чутток: згладжування, загострення, адаптація.

Профілактичні заходи та активні контрзаходи як протидія чуткам. Плітки як різновид чутток.

Література [4; 6; 9; 15]

Тема 8. Психологія масових комунікацій

Поняття про масові комунікації. Соціальні функції масової комунікації за Б. Грушиним. Стратегічні функції масової комунікації за Д. Ольшанським.

Модель системи масової комунікації за Г. Лассуеллем. Комуникатор. Аудиторія. Комуникативне повідомлення.

Засоби масової комунікації: радіо, телебачення, газетно-журнальна продукція, Інтернет.

Зворотний зв'язок джерела інформації з аудиторією як показник ефективності масової комунікації.

Ефекти масової комунікації. Ефект “ореола”. Ефект “бумеранга”.

Література [1; 4; 9; 16; 17]

Тема 9. Психологія реклами

Масові функції реклами. Психологічні механізми рекламного впливу.

Навіювання в рекламі та його види (сугестія через свідчення авторитету, сугестія через ідентифікацію, сугестія через слоган). Зараження в рекламі. Наслідування як результат рекламного впливу.

Політична реклама як вид комерційної реклами. PR як політична реклама. Етика і технологія відносин із засобами масової інформації.

Література [1; 4; 9; 16; 17]

Змістовий модуль IV. Масові рухи як різновид масової поведінки

Тема 10. Психологія масових рухів

Поняття про масові рухи та їх основні характеристики. Джерела виникнення масових рухів. Мотиви участі у масових рухах: емоційно-афективна мотивація, ціннісно-раціональна мотивація, традиційні цілі.

Умови і етапи розвитку масових рухів.

Революційні рухи. Реформаторські рухи. Експресивні рухи.

Політичні партії і рухи. Масові партії.

Література [4; 6; 7; 9; 15; 21; 22]

ТЕМИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

1. Теорії “маси”.
2. Психологія мас з погляду З. Фрейда.
3. Формування та функціонування масової свідомості.
4. Масова свідомість та її поведінкові прояви.
5. Психологія натовпу.
6. Масова паніка.
7. Умови виникнення масової агресії як форми стихійної поведінки.
8. Загальні механізми стихійної поведінки.
9. Психологічні механізми впливу на агресивний натовп.
10. Зараження як механізм масової психології, його взаємодія з іншими механізмами.
11. Навіювання як механізм масової психології.
12. Наслідкування як механізм масової психології і наслідок зараження та навіювання.
13. Теоретико-методологічні підходи до вивчення масових настроїв.
14. Масові настрої та їх специфіка в ХХ ст.
15. Індивідуальне і соціальне у природі масових настроїв.
16. Основні види і функції масових настроїв.
17. Механізми впливу на масові настрої.
18. Мода як прояв масової психології.
19. Психологічні механізми і функції моди.
20. Чутки як феномен масової свідомості.
21. Джерела та умови виникнення чуток, особливості циркуляції.
22. Система масової комунікації: структура, особливості функціонування.
23. Засоби масової комунікації, їх вплив на психологію мас.
24. Ефекти масової комунікації.
25. Психологічні механізми і функції реклами.
26. PR як політична реклама.
27. Політична реклама як вид комерційної реклами: суть, види, принципи організації, функції.
28. Масові рухи: основні психологічні характеристики і джерела виникнення.
29. Динаміка масових рухів.
30. Політичні партії і рухи як прояв масової свідомості.

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Поняття “маси” у філософії, соціології та соціальній психології.
2. Теорія “мас” Г. Лебона.
3. Внесок Г. Тарда у розвиток теорії мас.
4. Концептуальні інтерпретації “маси” (Г. Блумер, Х. Ортега-і-Гассет, Ф. Юнгер, Г. Зіммель, М. Вебер, Е. Ледерер, Х. Арендт та ін.).
5. З. Фрейд про масову свідомість.
6. Поняття про масову свідомість.
7. Змістовий підхід до трактування масової свідомості.
8. Структурний підхід до вивчення масової свідомості.
9. Масова поведінка як діяльнісний прояв масової свідомості.
10. Основні властивості масової свідомості.
11. Формування і функціонування масової свідомості.
12. Типології масової свідомості.
13. Основні види мас.
14. Загальні механізми стихійної поведінки.
15. Поняття про “циркулярну реакцію” як механізм стихійної поведінки.
16. Етапи циркулярної реакції.
17. Поняття “емоційного кружляння”.
18. Суб’єкти стихійної поведінки.
19. Поняття про натовп.
20. Типологія натовпу. Поняття про випадковий, експресивний, конвенційний, діючий натовпи.
21. Психологічні фактори існування натовпу.
22. Зібрана та незібрана публіка, її види.
23. Основні форми стихійної поведінки.
24. Поняття про масову паніку та умови її виникнення.
25. Способи впливу на панічну поведінку.
26. Масова агресія як форма стихійної поведінки, умови її виникнення.
27. Механізми впливу на агресивний натовп.
28. Внесок Г. Лебона, Г. Тарда, З. Фрейда, У. Макдаугалла, Ш. Сігеле у вивчення механізмів масової психології.
29. Зараження як механізм психології масової поведінки.
30. Навіювання як механізм масової психології.
31. Наслідування як механізм масової поведінки.
32. Взаємодія основних механізмів масової психології.
33. Історичні аспекти розвитку масових настроїв.

34. Наукові підходи до вивчення та пояснення масових настроїв.
35. Психофізіологічний підхід у вивченні масових настроїв (Т. Ціген, В. Осіпова, П. Вікторов, О. Чижевський).
36. Соціально-психологічний підхід в аналізі масових настроїв Б. Паригіна.
37. Настрої з позицій теорії діяльності (О. Леонтьєв, Б. Додонов, А. Горячова, М. Макаров, Б. Поршньов).
38. Соціальне походження настроїв.
39. Змістовна “соціальність” настроїв.
40. “Соціальність” як властивість суб’єкта масових настроїв.
41. Природа масових політичних настроїв.
42. Масові настрої як сигнал.
43. Масові настрої як оцінка.
44. Масові настрої як установка.
45. Суб’єкт масових політичних настроїв.
46. Гетерогенність і ситуативність як основні характеристики суб’єкта масових політичних настроїв.
47. Формування масових політичних настроїв.
48. Об’єктивні та суб’єктивні фактори розвитку масових політичних настроїв.
49. Динамічні аспекти масових настроїв.
50. Цикли і рівні розвитку масових настроїв.
51. Функції масових політичних настроїв.
52. Механізми впливу на масові настрої.
53. Прогнозування масових настроїв.
54. Мода як психологічний феномен.
55. Психологічні механізми моди.
56. “Модність” як психологічна категорія. Фактори модності.
57. Мода як масове наслідування.
58. Конформізм як фактор модності.
59. Соціально-психологічні функції моди.
60. Основні елементи поширення моди.
61. “Модник” як людський тип, що забезпечує функціонування основних етапів поширення моди.
62. Чутки та їх різновиди.
63. Джерела та умови виникнення чуток.
64. Циркуляція чуток: згладжування, загострення, адаптація.
65. Профілактичні заходи та активні контрзаходи як протидія чуткам.
66. Плітки як різновид чуток.

67. Поняття про масові комунікації.
68. Соціальні функції масової комунікації за Б. Грушиным.
69. Стратегічні функції масової комунікації за Д. Ольшанським.
70. Модель системи масової комунікації за Г. Лассуеллем.
71. Поняття про засоби масової комунікації.
72. Зворотний зв'язок джерела інформації з аудиторією як показник ефективності масової комунікації.
73. Ефекти масової комунікації.
74. Масові функції реклами.
75. Психологічні механізми рекламного впливу.
76. Навіювання в рекламі та його види.
77. Зараження в рекламі.
78. Наслідкування як результат рекламного впливу.
79. Політична реклама як вид комерційної реклами.
80. PR як політична реклама.
81. Етика і технологія відносин із засобами масової інформації.
82. Поняття про масові рухи та їх основні характеристики.
83. Джерела виникнення масових рухів.
84. Мотиви участі у масових рухах: емоційно-афективна мотивація, ціннісно-раціональна мотивація, традиційні цілі.
85. Умови і етапи розвитку масових рухів.
86. Революційні рухи.
87. Реформаторські рухи.
88. Експресивні рухи.
89. Політичні партії і рухи.
90. Масові партії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. *Блэк С.* Public Relations. Что это такое?. — М.: Политиздат, 1990.
2. *Бэрон Р., Ричардсон Д.* Агрессия. — СПб.: Питер, 1998.
3. *Зимбардо Ф., Ляйне М.* Социальное влияние. — СПб.: Питер, 2001.
4. *Карпухин О., Макаревич Э.* Формирование масс. Природа общественных связей и технологии “паблик рилейшнз”: Опыт историко-социологических исследований. — Калининград: ФГУИПП, 2001.
5. *Леонтьев О. Н.* Деятельность. Сознание. Личность. — М.: Политиздат, 1975.

6. *Московичи С.* Машина, творящая богов: Пер. с фр. — М.: Центр психологии и психотерапии, 1998.
7. *Ольшанский Д. В.* Массовые настроения в политике. — М.: Прин-Ди, 1995.
8. *Ольшанский Д. В.* Массовые настроения переходного времени // Вопросы философии. — 1992. — № 4.
9. *Ольшанский Д. В.* Психология масс. — СПб.: Питер, 2001.
10. *Орлова Л.* Азбука моды. — М.: Просвещение, 1988.
11. *Ортега-и-Гассет Х.* Восстание масс // Вопросы философии. — 1989. — № 3; 4.
12. *Парыгин Б. Д.* Общественное настроение, его природа и динамика // Проблемы общественной психологии. — М.: Мысль, 1965.
13. *Парыгин Б. Д.* Общественное настроение. — М.: Мысль, 1966.
14. *Поршнев Б. Ф.* Социальная психология и история. — М.: Наука, 1966.
15. *Психология масс: Хрестоматия / Ред.-сост. Д. Я. Райгородский.* — Самара: БАХРАХ-М, 2001.
16. *Тернер Дж.* Социальное влияние. — СПб.: Питер, 2003.
17. *Тейлор Ш., Пипло Л., Сирс Д.* Социальная психология. — 10-е изд. — СПб.: Питер, 2004.
18. *Чалдини Р.* Психология влияния. — СПб.: Питер, 2003.

Додаткова

19. *Бехтерев В. М.* Роль внушения в общественной жизни. — СПб., 1898.
20. *Изард К.* Психология эмоций. — СПб.: Питер, 1999.
21. *Лабрюйер Ж. де.* Характеры или нравы нынешнего века. — М.; Л.: Академия, 1964.
22. *Лебон Г.* Психология народов и масс. — СПб., 1896.
23. *Психология человеческой агрессивности: Хрестоматия / Сост. К. В. Сельченко.* — Минск: Харвест; М.: АСТ, 2001.
24. *Фрейд З.* “Я” и “Оно”. — Тбилиси, 1991.

ЗМІСТ

Пояснювальна записка	3
Тематичний план дисципліни “Психологія масової поведінки”	3
Зміст дисципліни “Психологія масової поведінки”	4
Теми контрольних робіт	7
Питання для самоконтролю	8
Список літератури	10



Зам. № ВКЦ-2654

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП