

	ПСИХОЛОГІЯ МАС
	<p>Ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський) Освітньо-професійна програма: 052 «Політологія» Курс навчання: 2, семестр 3 Кількість кредитів: 4, 120 годин Мова викладання: українська Дні, час, місце: Французький б-р, 24/26, за розкладом Консультації: Французький б-р, 24/26, к. 35, щотижнево за розкладом</p>

СИЛАБУС

Викладач:	Кандидат психологічних наук, доцент Медянова Олена Володимирівна, викладач Полещук Лілія Василівна
Кафедра:	Соціальної психології
Контактна інформація:	o.kononenko@onu.edu.ua l.poleshchuk@onu.edu.ua

КОМУНІКАЦІЯ

Комунікація зі студентами буде здійснюватися через вказаний E-mail та очні зустрічі на консультаціях.

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Навчальну дисципліну включено до переліку вибіркових освітніх компонентів освітньо-професійної програми (ОПП) для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 052 – «Політологія». Код дисципліни в ОПП «Політологія» ВБ 6.1. Дисципліна викладається у формі лекцій (20 год.) та практичних (20 год.), організації самостійної роботи студентів (80 год.).

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

Основними завданнями дисципліни 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.

Пререквізити: опанування таких дисциплін, як Психологія, Психологія особи, Психологія емоцій.

Постреквізити: навчальні дисципліни – Соціальна психологія.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Результати навчання	Завдання
------	---------------------	----------

«Психологія мас» як навчальна дисципліна	Вміти обґрунтовувати актуальність вивчення курсу, його предмет, об'єкт, мету, завдання, взаємозв'язки з іншими навчальними дисциплінами. Розуміти основні поняття курсу: натовп, маси, масова психологія, масова свідомість, несвідоме (індивідуальне та колективне), архетипи, масові настрої, масові рухи, масова поведінка, масові психічні явища, масова комунікація.	Питання, реферативні роботи.
Маси та натовп у теорії психології мас	Знати найбільш відомі класичні 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). Давати характеристику поняттям маси та натовп: ознаки, спільне й відмінне, етапи формування та принципи взаємодії. Розуміти види мас, їх характеристику. Знати й розуміти поняття про натовп, основні підходи до аналізу масової поведінки у натовпі. Розуміти трансформацію індивідуальної свідомості та поведінки в умовах натовпу: роль індивідуального та колективного несвідомого, особливості регуляції поведінки натовпу.	Питання, реферативні роботи
Психологічні аспекти масової поведінки	Засвоїти основні базові поняття, сутнісні аспекти масової поведінки у світлі психоемоційних явищ. Знати й розуміти страх як рушійну силу поведінки мас, забобони та ілюзії як інформаційно-психологічні фактори, що впливають на масову поведінку. Розуміти механізми стихійної масової поведінки, зараження як механізм психології масової поведінки, психологічні аспекти навіювання, наслідування та його форми. Аналізувати стереотипи у формуванні стилю масової поведінки.	Питання, презентації
Масові настрої	Знати основні поняття масових настроїв. Розуміти та давати характеристику науковим підходам до вивчення та пояснення масових настроїв, таких як: 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). Розуміти поняття «масова людина» та масові настрої. Розуміти вплив соціальних та історичних чинників на	Питання, реферативні роботи

	динаміку масових настроїв.	
Масові рухи як стихійна організація мас	Знати загальну характеристику масових рухів, джерела виникнення та соціально-психологічні функції масових рухів. Розуміти мотиви участі у масових рухах: емоційно-афективна, ціннісно-раціональна, традиційна мотивація. Знати й уміти аналізувати умови та етапи розвитку масових рухів, види та характеристику масових рухів.	Питання, презентації
Депресивні масові психічні явища.	Знати й розуміти основні поняття «паніка», «депресивні масові психічні явища» та їх загальну характеристику. Розуміти поняття масова паніка як феномен психологічної депресії. Розуміти умови виникнення та механізми розповсюдження масової паніки. Аналізувати каталізatori виникнення масової паніки: інформація, дезінформація та чутки. Знати основні прийоми запобігання та способи попередження масової паніки.	Питання, есей
Агресія як масове психічне явище	Поглибити знання щодо поняття агресії та основних критеріїв її визначення. Знати види агресії, біологічні, психологічні та соціальні чинники агресії. Розуміти особливості масової агресії. Розрізняти: агресія як інстинкт, агресія як драйв, агресія як соціальний феномен, агресія у сфері суспільної комунікації. Розуміти характеристики агресивної аудиторії та способи подолання масових агресивних настроїв.	Питання, есей
Мода в системі масових явищ	Знати сутність та психологічні особливості моди як явища. Розуміти й розрізняти: моду як психологічний захист від звичаїв, моду як масову комунікацію, моду і наслідування, моду як форму демонстрації власного «Я», моду як форму соціальної регуляції. Знати фактори та критерії модності. Розуміти семіотику моди, механізми творення модного образу (образ модника-індивідуаліста, модника-сугестора), процес та канали поширення моди. Розуміти соціально-психологічні функції моди й вплив моди на психологію мас.	Питання, практичні завдання
Психологія реклами	Знати про рекламу у сфері масової комунікації та психологічні аспекти впливу на масову свідомість. Розуміти психологію творення рекламних повідомлень. Знати про символізацію як процес, символ як інструмент рекламного впливу (рекламний образ, архетип, логотип). Розуміти поняття архетипізація реклами на рівні мовних образів.	Питання, реферативні роботи

Маніпуляція масовою свідомістю	Знати й розуміти зміст поняття «маніпуляції». Аналізувати маніпулятивні технології в різних культурно-історичних умовах. Знати джерела та засоби маніпуляцій та давати характеристику комплексним організаційним технологіям масового інформаційно-психологічного впливу. Розуміти технології таємного примусу особистості в масових інформаційних процесах.	Питання, презентації
---------------------------------------	--	----------------------

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. Мединська Ю. Колективне несвідоме як глибинна детермінанта етнічного менталітету / Ю. Мединська // Психологія і суспільство. – 2004. – № 2. – С. 50-117.
3. Ортега-і-Гасет Х. Бунт мас / Х. Ортега-і-Гасет // Ортега-і-Гасет Х. Вибрані твори. – К. : Основи, 1994. – С.15-139.
4. 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.
5. Пітерс Дж. Слова на вітрі. Історія ідеї комунікації. / Дж. Пітерс. – К. : КМ Академія, 2004. – 302 с.
6. Різун В. Теорія масової комунікації : підручник / В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
7. Різун В. Загальна характеристика масовоінформаційної діяльності / В. Різун. – К., 2000. – 34 с.
8. Різун В. Лінгвістика впливу / В. Різун, Н. Непийвода, В. Корнеєв. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2005. – 148 с.
9. Татенко В.О. Соціальна психологія впливу: монографія / В.О.Татенко. — К.: Міленіум, 2008. — 216 с.

ОЦІНЮВАННЯ

Форма підсумкового контролю – ЗАЛІК

Теми практичних занять	Кількість балів за вид роботи	Разом балів
«Психологія мас» як навчальна дисципліна	0 – 8 (реферативні роботи, опитування, участь у обговоренні, дискусії)	0 – 8
Маси та натовп у теорії психології мас	0 – 8 (реферативні роботи, опитування, участь у обговоренні, дискусії)	0 – 8
Психологічні аспекти масової поведінки	0 – 8 (презентації, опитування, участь у обговоренні, дискусії)	0 – 8
Психологія особистості, її структура та розвиток. Теорії особистості.	0 – 8 (реферативні роботи, опитування, участь у обговоренні, дискусії)	0 – 8
Масові настрої	0 – 8 (презентація, участь у дискусії)	0 – 8
Масові рухи як стихійна організація мас	0 – 10 (Опитування, есей, участь у обговоренні)	0 – 10
Депресивні масові психічні явища. Паніка	0 – 10 (есей, опитування, робота з, участь у дискусії)	0 – 10
Мода в системі масових	0 – 10 (практичне завдання, опитування,	0 – 10

явищ	участь у дискусії)	
Психологія реклами	0 – 10 (реферативна робота, опитування, участь у дискусії)	0 – 10
Маніпуляція масовою свідомістю	0 – 10 (презентація, опитування, участь у дискусії)	0 – 10
	Всього за практичні заняття	90
	Індивідуальне самостійне завдання	10
	Всього	100

ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перекладання	Роботи, виконання і здача яких здійснюється з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перекладання заліку можливе із дозволу деканату за наявності поважних причин або за письмовою заявою здобувача до декана.
Політика щодо академічної доброчесності:	Здобувачі повинні дотримуватися принципів академічної доброчесності, згідно Кодексу академічної доброчесності учасників освітнього процесу Одеського національного університету імені І. І. Мечникова URL: http://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/acad-dobrochesnost.pdf . (http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents). У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності, робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. Викладач залишає за собою право змінити тему завдання.
Політика щодо відвідування та запізень:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (воєнний стан, епідемії, хвороба здобувача, стажування за академічною мобільністю та ін.) навчання може відбуватись дистанційно в онлайн формі за графіком, погодженим із викладачем. У разі відсутності здобувача вищої освіти на практичному занятті, він зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття через усне опитування в позааудиторний час (час консультацій викладача) або відпрацювати це заняття шляхом написання реферату, есе, відповідей на окремі питання за темою, яку погоджено з викладачем. Невідпрацьовані заняття вважаються незданими і за них не нараховується оцінка в балах.
Мобільні пристрої	Дозволяється використання мобільних пристроїв на практичних заняттях за необхідності виконання конкретного завдання .
Поведінка в аудиторії:	Здобувачі беруть активну участь у заняттях: опитуваннях, дискусіях, під час практичних занять. Виконують навчальні завдання вчасно, відповідно до робочої навчальної програми. Здобувачі повинні дотримуватимуться правил поведінки в аудиторії на засадах партнерських стосунків, взаємоповаги та взаємодопомоги.