

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ З ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІОЛОГІЯ МАС»

Змістовий модуль I. Маси і масова свідомість у соціологічному дискурсі

Тема 1. Сутність та основні характеристики маси в соціологічному дискурсі

Поняття «маси» у філософії, соціології та соціальній психології. Теорія «мас» Г. Лебона. Внесок Г. Тарда у 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 підхід до трактування масової свідомості. Структурний підхід до вивчення масової свідомості. Масова поведінка як діяльнісний прояв масової свідомості. Основні властивості масової свідомості. Формування і функціонування масової свідомості.

Типології масової свідомості. Основні види мас.

[4; 9; 11; 15; 22; 24]

Тема 2. Масові 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. 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.

[2; 5; 9; 14; 15; 19; 22]

Тема 3. Механізми масової поведінки

Внесок Г. Лебона, Г. Тарда, З. Фрейда у вивчення механізмів масової поведінки. Внесок У. Макдаугалла, Ш. Сігеле у вивчення механізмів масової поведінки.

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

[3, 4, 6, 9, 15 – 17, 19, 20, 23]

Змістовий модуль II. Соціологічні дослідження масових настроїв та масових явищ

Тема 1. Сутність масових настроїв

Історичні аспекти розвитку масових настроїв.

Наукові підходи до вивчення та пояснення масових настроїв.

Соціальне походження настроїв. «Соціальність» як властивість суб'єкта масових настроїв.

[4, 5, 7, 8, 9, 12, 13, 21]

Тема 2. Масові настрої в політиці

Природа масових настроїв. Масові настрої як сигнал, оцінка, настанова.

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

Об'єктивні та суб'єктивні фактори розвитку масових настроїв. Динамічні аспекти масових настроїв. Цикли і рівні розвитку масових настроїв. Функції масових настроїв.

Механізми впливу на масові настрої. Прогнозування масових настроїв.

[4 – 9, 12, 13, 21]

Тема 3. Мода як стандартизована стихійна поведінка

Мода як соціальний феномен. Соціальні та психологічні механізми моди.

Мода як масове наслідування. Конформізм як фактор модності.

Соціально-психологічні функції моди.

Основні елементи поширення моди.

Суб'єкт моди як тип, що забезпечує функціонування основних етапів поширення моди.

[4, 9, 10, 16, 17]

Тема 4. Чутки в соціологічному дискурсі

Чутки та їх різновиди.

Джерела та умови виникнення чуток.

Циркуляція чуток: згладжування, загострення, адаптація.

Профілактичні заходи та активні контрзаходи як протидія чуткам.

Плітки як різновид чуток.

Загальна характеристика менеджменту чуток (слух-менеджмент

[4, 6, 9, 15]

Тема 5. Масові рухи як різновид масової поведінки

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.

Револьюційні і реформаторські рухи. Експресивні рухи.

Політичні партії і рухи. Масові партії.

[4, 6, 7, 9, 15, 21, 22]

Додаткові питання

Поняття про масові комунікації.

Соціальні функції масової комунікації.

Стратегічні функції масової комунікації.

Моделі системи масової комунікації.

Поняття про засоби масової комунікації.

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

Ефекти масової комунікації.

Масові функції реклами.

Психологічні механізми рекламного впливу.

Навіювання в рекламі та його види.

Зараження в рекламі.

Наслідування як результат рекламного впливу.

Політична реклама як вид комерційної реклами.

PR як політична реклама.

Література

1. Блэк С. Public Relations? Что это такое. – М.: Политиздат, 1990.
2. Берон Р., Ричардсон Д. Агрессия. – СПб.: Питер, 1998.
3. Зимбардо Ф., Ляйпе М. Социальное влияние. – СПб.: Питер, 2001.
4. Карпухин О., Макаревич С. Формирование мас. – Калининград, 2001.
5. Леонтьев О. Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М.: Политиздат, 1975.