

❖ Практичне заняття № 1-2

Маси та масова свідомість

1. Поняття мас у вітчизняній і зарубіжній науці.
 - 1.1. Модель маси, як натовпу. Модель маси, як публіки.
 - 1.2. Загальні механізми масової психології.
 - 1.3. Особистість людини в масі.
2. Суб'єкти масових проявів. Форми масової поведінки.
3. Різновиди мас: натовп, зібрана публіка, незібрана публіка.

🌈 Завдання:

1. Опрацювати матеріали лекції та на їх основі підготувати презентацію з використанням прикладів до питань плану 1-3 (відео, фото).
2. Підготувати доповідь-презентацію на одну з тем:
 1. Поняття «маси»: франко-італійська наукова школа психології мас (Г. Тард, Ш. Сігеле, Г.Лебон).
 2. Маса та її лідери. Різновиди лідерів за Г.Лебоном
 3. Концепція несвідомого в психології мас З.Фрейда та К.Юнга.
 4. Інтерпретації мас в теоріях Х.Ортеги-і-Гассета, Г.Моски та В.Парето.

***навчальні матеріали

Поняття мас у вітчизняній і зарубіжній науці. Роль і місце мас у системі масової комунікації. Поняття «маса» і «маси». Поняття «маси»: франко-італійська наукова школа психології мас (Г. Тард, Ш. Сігеле, Г.Лебон). Концепція несвідомого в психології мас З.Фрейда та К.Юнга. Інтерпретації мас в теоріях Х.Ортеги-і-Гассета, Г.Моски та В.Парето. Модель маси як натовпу. Модель маси як публіки. Різновиди мас. Натовп. Зібрана публіка. Незібрана публіка.

Психологія масових явищ. Свідомість, поведінка, настрої і думки мас у контексті масової комунікації.

Масова свідомість. Маси як носій масової свідомості: великі і малі, стійкі і нестійкі. Згруповані та незгруповані, контактні і неконтактні. Спонтанні і спеціально організовані. Соціально однорідні і неоднорідні. Фази народження і смерті маси. Загальний принцип масифікації.

Масові настрої в політиці. Природа масових політичних настроїв. Масові настрої як сигнал. Масові настрої як оцінка. Масові настрої як настанова. 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.

Мода як стандартизована стихійна масова поведінка. Психологічний феномен моди. Психологічні механізми моди. Мода як масове наслідування. Конформізм – фактор модності. Соціально-психологічні функції моди. Джерела та умови виникнення чуток. Циркуляція чуток: згладжування, загострення, адаптація. Профілактичні заходи та активні контрзаходи як протидія чуткам. Плітки як різновид чуток.

Література

1. Кальба Я. Психологія мас. Тернопіль: Богдан, 2012. 208 с.
2. Кальба Я. Масифікація та її прояви в контексті сучасних телемедіа. *Практична психологія та соціальна робота*. 2010. №4. С. 63-67.
3. Кальба Я. Психологічні механізми впливу реклами на свідомість та поведінку людини. *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави*: [зб.наук.праць / Заг. ред. М.М.Слюсаревський та ін.]. Київ: Міленіум, 2011. Вип. 27 (30). С. 157-167.
4. Ковалевська Т., Кондратенко Н. Реклама та PR в масовоінформаційному просторі Одеса: Астропринт, 2009. 400 с.
5. Корнєв М.Н., Фомічова В.М. Психологія масової поведінки. Київ: Ін-т післядипломної освіти Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка, 2000. 268 с.
6. Москаленко В. Психологія соціального впливу. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 448с.
7. Різун В. В. Маси. Київ: Київський університет, 2003. 118 с.