

ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

Психологія масової поведінки

1. Поняття “маси” у філософії, соціології та соціальній психології.
2. Поняття масової поведінки у психологічній науці.
3. Основні підходи до визначення поняття "масова поведінка".
4. Теорія “мас” Г. Лебона.
5. Внесок Г. Тарда у розвиток теорії мас.
6. Концептуальні інтерпретації “маси” (Г. Блумер, Х. Ортега-і-Гассет, Ф. Юнгер, Г. Зіммель, М. Вебер, Е. Ледерер, Х. Арендт та ін.) (обрати когось одного)
 7. З. Фрейд про масову свідомість.
 8. Поняття про масову свідомість.
 9. Змістовий підхід до трактування масової свідомості.
 10. Структурний підхід до вивчення масової свідомості.
 11. Масова поведінка як діяльнісний прояв масової свідомості.
 12. Основні властивості масової свідомості.
 13. Формування і функціонування масової свідомості.
 14. Типології масової свідомості.
 15. Поняття масових настроїв.
 16. Основні передумови формування масових настроїв.
 17. Основні види мас.
 18. Загальні механізми стихійної поведінки.
 19. Поняття про “циркулярну реакцію” як механізм стихійної поведінки.
 20. Етапи циркулярної реакції.
 21. Поняття “емоційного кружляння”.
 22. Суб’єкти стихійної поведінки.
 23. Поняття про натовп.
 24. Типологія натовпу. Поняття про випадковий, експресивний, конвенційний, діючий натовпи.

25. Психологічні фактори існування натовпу.
26. Масова агресія як форма стихійної поведінки, умови її виникнення.
27. Механізми впливу на агресивний натовп.
28. Зараження як механізм психології масової поведінки.
29. Навіювання як механізм масової психології.
30. Наслідування як механізм масової поведінки.
31. Маніпуляція свідомістю.
32. Мішені маніпулювання.
33. Психологічний захист особистості від маніпуляції.
34. Форми захисту від маніпуляції.
35. Взаємодія основних механізмів масової психології.
36. Природа масових політичних настроїв.
37. Об'єктивні та суб'єктивні фактори розвитку масових політичних настроїв.
38. Механізми впливу на масові настрої.
39. Прогнозування масових настроїв.
40. Мода як психологічний феномен.
41. Психологічні механізми моди.
42. Мода як масове наслідування.
43. Конформізм як фактор модності.
44. Соціально-психологічні функції моди.
45. Основні елементи поширення моди.
46. Чутки та їх різновиди.
47. Джерела та умови виникнення чуток.
48. Циркуляція чуток: згладжування, загострення, адаптація.
49. Профілактичні заходи та активні контрзаходи як протидія чуткам.
50. Плітки як різновид чуток.
51. Поняття про масові комунікації.
52. Соціальні функції масової комунікації за Б. Грушиним.

53. Стратегічні функції масової комунікації за Д. Ольшанським.
54. Поняття про засоби масової комунікації.
55. Зворотний зв'язок джерела інформації з аудиторією як показник ефективності масової комунікації.
56. Ефекти масової комунікації.
57. Масові функції реклами.
58. Психологічні механізми рекламного впливу.
59. Навіювання в рекламі та його види.
60. Зараження в рекламі.
61. Наслідування як результат рекламного впливу.
62. Політична реклама як вид комерційної реклами.
63. PR як політична реклама.
64. Етика і технологія відносин із засобами масової інформації.
65. Поняття про масові рухи та їх основні характеристики.
66. Джерела виникнення масових рухів.
67. Мотиви участі у масових рухах: емоційно-афективна мотивація, ціннісно-раціональна мотивація, традиційні цілі.
68. Умови і етапи розвитку масових рухів.
69. Революційні рухи.
70. Реформаторські рухи.
71. Експресивні рухи.
72. Політичні партії як специфічний вид масових рухів.
73. Політичні маніпуляції.
74. Типи політичних маніпуляторів.
75. Поняття масових конфліктів.
76. Основні форми масових конфліктів.
77. Поняття бунту та революції.
78. Шляхи попередження масових конфліктів.