

<b>Факультет журналістики, реклами та видавничої справи</b>	<p style="text-align: center;"><b>Психологія мас та управління натовпом (вибіркова компонента)</b></p> <p><b>Ступінь вищої освіти</b> – перший (бакалаврський)</p> <p><b>Освітньо-професійна програма:</b> Реклама та зв'язки з громадськістю</p> <p><b>Курс навчання:</b></p> <p><b>Кількість кредитів:</b> 3</p> <p><b>Мова викладання:</b> українська</p> <p><b>Дні, час, місце:</b> Французький б-р, 24/26, за розкладом</p> <p><b>Консультації:</b> Французький б-р, 24/26, щотижнево за розкладом</p>
---	---

## СИЛАБУС

<b>Викладач:</b>	кандидат політичних наук, доцент <i>Пехник Алевтіна Валентинівна</i>
<b>Кафедра:</b> <b>Контактна інформація:</b>	Журналістики, реклами та медіакомунікацій a.pekhnyk@onu.edu.ua

### КОМУНІКАЦІЯ

Комунікація зі здобувачами буде здійснюватися через вказаний e-mail та очні зустрічі на консультаціях.

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

**Опис курсу:** Дисципліна присвячена вивченню ірраціональної природи колективної поведінки та механізмів функціонування людських спільнот у стані емоційного збудження. Курс базується на класичних працях Г. Ле Бона, З. Фрейда та В. Райха, поєднуючи їх із сучасними дослідженнями нейропсихології та цифрового активізму. Студенти дізнаються, чому індивід у натовпі втрачає критичне мислення, як виникає паніка та якими методами можна спрямувати енергію мас у конструктивне русло.

**Мета курсу:** опанування теоретичних знань про психологічні особливості великих соціальних груп та формування практичних навичок прогнозування, моделювання та корекції поведінки натовпу в медійному та фізичному просторах.

**Основні блоки вивчення:**

- ✓ Анатомія натовпу: класифікація (стихийний, організований, віртуальний) та етапи його формування.
- ✓ Механізми масового впливу: зараження, навіювання (сугестія) та наслідування. Роль лідера («вождя») та архетипів у масовій свідомості.
- ✓ Психологія паніки та агресії: причини виникнення колективного страху та методи його купірування.
- ✓ Маніпулятивні технології в політиці та рекламі: як створюються масові рухи та бренди-релігії.
- ✓ Цифрові маси: специфіка поведінки в соціальних мережах, феномен «скасування» (cancel culture) та вірусне поширення інформації.

Після завершення курсу здобувачі вищої освіти повинні:

#### **ЗНАТИ:**

- ✓ Психологічні характеристики мас: зміну інтелектуальних та емоційних показників індивіда при входженні в натовп.
- ✓ Закони динаміки натовпу: від моменту концентрування уваги до стадії активної дії (агресії або втечі).
- ✓ Роль символіки та ритуалів: як візуальні знаки, лозунги та повторювані дії стають інструментами управління великими групами.
- ✓ Етичні межі впливу: законодавчі та моральні норми використання психологічних технологій у публічному просторі.

#### **ВМІТИ:**

- ✓ Діагностувати стан маси: ідентифікувати рівень агресивності, паніки або готовності натовпу до маніпулятивного впливу.
- ✓ Застосовувати техніки деескалації: використовувати прийоми розсіювання уваги, перехоплення лідерства та інформаційного перемикання для попередження заворушень.
- ✓ Проектувати масові комунікації: розробляти рекламні та PR-кампанії, що базуються на розумінні колективних потреб та очікувань аудиторії.
- ✓ Протидіяти масовим маніпуляціям: розпізнавати технології штучного створення «ефекту більшості» та протистояти деструктивним вірусним нарративам.
- ✓ Організовувати безпечний простір: планувати комунікаційний супровід масових заходів (концерти, мітинги, спортивні події) з урахуванням психології безпеки.

**Пререквізити:** Вступ до спеціальності.

#### **ОПИС ДИСЦИПЛІНИ**

Курс буде викладений у формі лекцій (16 год.) та практичних (14 год.), організації самостійної роботи студентів (60 год.).

Тема	Результати навчання (здобувач буде вміти)	Форми робіт
Тема 1. Феноменологія натовпу: класики цифрової епохи	Класифікувати види натовпу (стихийний, конвенційний, експресивний); пояснювати механізми втрати індивідуальності в масі.	Лекція-візуалізація, деконструкція класичних текстів (Г. Ле Бон, З. Фройд), дискусія про «розумний натовп» (smart mobs).

Тема	Результати навчання (здобувач буде вміти)	Форми робіт
Тема 2. Психологічні механізми масового впливу	Ідентифікувати процеси психічного зараження, сугестії (навіювання) та імітації; аналізувати роль архетипів у мобілізації мас.	Практичне заняття: аналіз віральних відео та символіки масових рухів; робота з фоносемантикою лозунгів.
Тема 3. Психологія масової паніки та агресії	Визначати тригери виникнення колективного страху; прогнозувати вектори руху агресивного натовпу; застосовувати методи купірування паніки.	Case-study: аналіз техногенних та соціальних інцидентів; моделювання алгоритмів поведінки журналіста/PR-ника в епіцентрі подій.
Тема 4. Лідерство та маніпулятивні технології управління	Моделювати образ лідера («вождя») для різних типів аудиторій; застосовувати технології дистанційного керування увагою великих груп.	Рольова гра: «Створення стратегії залучення прихильників для нового бренду/руху»; розробка системи масових ритуалів.
Тема 5. Цифровий натовп та медійна вірусологія	Аналізувати специфіку поведінки спільнот у соцмережах; розпізнавати технології «астротурфіngu» та штучного створення масового хайпу.	Лабораторна робота: моніторинг інтернет-штормів та механізмів роботи «cancel culture» (культури скасування).
Тема 6. Етика та безпека управління масовими заходами	Проектувати комунікаційну інфраструктуру масових заходів; забезпечувати психологічний супровід та деескалацію конфліктів у натовпі.	Тренінг: розробка плану інформаційної безпеки для масового івенту (фестивалю, мітингу, спортивної події).

## ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна

1. Волянчук Н. Ю., Ложкін Г. В., Винославська О. В. та ін. Соціальна психологія : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с.
2. Горностаєв П. П., Слюсаревський М. М., Татенко В. О., та ін. Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти. Київ : Талком, 2018. 580 с.

3. Даценко О. А. Основи соціальної психології: навчально-методичний посібник. Кривий Ріг, 2018. 143 с. 5
4. Кудерміна О. І., Казміренко Л. І., Власенко С.Б. Соціальна психологія. Київ: 2020. 364 с.
5. Охременко О. Р. Соціальна психологія: навч. посіб. Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2012. 312 с.
6. Пазиніч Ю. М. Психологія : навч. посібник. Дніпро : НГУ, 2012. 156 с.
7. Поліщук В. М. Соціальна психологія (програмні основи, змістові модулі, інформаційне забезпечення) : навч. посібник. Суми : Університетська книга, 2021. 217 с
8. Психологія мас : конспект лекцій / укладачі: П. І. Сахно, К. С. Сахно. – Суми : Сумський державний університет, 2022. – 116 с.
9. Психологія мас [Електронний ресурс] : електрон. метод. рек. до практ. занять і самост. роботи для здобувачів першого (бакалавр.) рівня вищ. освіти спец. 052 Політологія / уклад. Л. В. Полещук. – Одеса : Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2025. – 63 с. – 0,9 МБ.

## Інформаційні ресурси

### 1. Світові наукові та освітні платформи

The Society for the Psychological Study of Social Issues (SPSSI) ([spssi.org](http://spssi.org)) — ресурс, присвячений психологічним аспектам важливих соціальних проблем.

Open Text WSU: Social Psychology ([opentext.wsu.edu](http://opentext.wsu.edu)) — відкритий підручник з соціальної психології, де детально розписані розділи про конформізм, групове мислення та масовий вплив.

Stanford Prison Experiment ([prisonexp.org](http://prisonexp.org)) — офіційний сайт одного з найвідоміших експериментів про владу та групову динаміку Філіпа Зімбардо.

### 2. Ресурси про цифрову психологію та маніпуляції

Center for Countering Digital Hate (CCDH) ([counterhate.com](http://counterhate.com)) — дослідження того, як у цифровому просторі поширюється ненависть та як формуються агресивні онлайн-спільноти.

First Draft News ([firstdraftnews.org](http://firstdraftnews.org)) — найкращий ресурс для вивчення того, як віральний контент і дезінформація маніпулюють масами в інтернеті.

The Social Dilemma (Resources) ([thesocialdilemma.com](http://thesocialdilemma.com)) — матеріали до однойменного фільму про те, як алгоритми соцмереж керують поведінкою мільйонів людей.

### 3. Відео та подкасти (аналіз поведінки)

TED Playlist: How minds change ([ted.com](http://ted.com)) — добірка лекцій про те, чому люди змінюють (або не змінюють) свої переконання під тиском групи.

The Psych Files: Crowd Psychology — серія подкастів, що пояснює класичні теорії Ле Бона та Фройда простою сучасною мовою.

YouTube-канал "Academy of Ideas" (плейлист про психологію мас) — візуалізовані короткі лекції про тоталітаризм, масові психози та індивідуальну стійкість.

### 4. Українські ресурси та медіа-аналітика

StopFake ([stopfake.org](http://stopfake.org)) — інструмент для аналізу того, як через маніпуляцію фактами створюються штучні масові настрої.

Платформа "Куншт" ([kunsht.com.ua](http://kunsht.com.ua)) — науково-популярний журнал, який часто публікує матеріали про нейрофізіологію натовпу та психологію соцмереж.

MediaSapiens (Детектор медіа) — розділи про інформаційні операції та психологію сприйняття новин великими групами людей.

## ОЦІНЮВАННЯ

*Форма підсумкового контролю – залік.*

Проведення контролю результатів навчання здобувачів відбувається відповідно до Положення про організацію і проведення контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти Одеського національного університету імені І.І. Мечникова URL: [https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/poloz-org-kontrol\\_2022.pdf](https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/poloz-org-kontrol_2022.pdf)

## **ПОЛІТИКА КУРСУ**

**Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-10%). Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

**Політика щодо академічної доброчесності:** регламентується Кодексом академічної доброчесності учасників освітнього процесу Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у освітній та науково-дослідній роботі учасників освітнього процесу та науковців Одеського національного університету імені І.І. Мечникова (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>).

**Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим. В окремих випадках навчання може відбуватись он-лайн з використанням дистанційних технологій. Порядок та умови такого навчання регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу в ОНУ (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>). У випадку відсутності здобувача на лекції або практичному занятті він зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття через опитування в поза аудиторний час (час консультацій викладача). Невідпрацьовані заняття вважаються незданими і за них не нараховується оцінка в балах. У підсумку, оцінені за 100-бальною системою, знання здобувача відображаються у заліково-екзаменаційній відомості та заліковій книжці.