



**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ  
«УНІВЕРСИТЕТ ТРАНСФОРМАЦІЇ МАЙБУТНЬОГО»  
КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ, ПЕДАГОГІКИ ТА ФІЛОСОФІЇ**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

**до практичних занять**  
для здобувачів *другого (магістерського)* рівня вищої освіти  
спеціальності **С4 «Психологія»** навчальної дисципліни  
«Поведінка мас і психологія публічного простору»

**ОПП «Психологія»**  
усіх форм здобуття освіти

Обговорено і рекомендовано  
на засіданні кафедри психології,  
педагогіки та філософії  
Протокол №4 від 18.03.2026

Методичні вказівки до практичних занять для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності С4 «Психологія» дисципліни «Поведінка мас і психологія публічного простору» ОПІ «Психологія» усіх форм здобуття освіти / Укл.: Т.М. Децюк, К.С. Галкіна, Чернігів: ЗВО «Університет трансформації майбутнього», 2026. 33 с.

*Укладачі*

***Галкіна Катерина Сергіївна,***  
*Викладач кафедри психології, педагогіки та філософії*

*Відповідальний за випуск:*

***Галкіна Катерина Сергіївна,***  
*Викладач кафедри психології, педагогіки та філософії*

*Рецензент:*

***Борець Юлія Василівна,***  
*Доцент кафедри психології, кандидат психологічних наук, доцент, Пенітенціарна академія України*

## ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА .....	4
1. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПОВЕДІНКА МАС І ПСИХОЛОГІЯ ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ».....	6
2. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ.....	8
3. МЕТОДИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ.....	8
4. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ.....	11
Тема 1.1 Психологічна природа масової поведінки: сутність, структура, типи мас .....	11
Тема 1.2. Механізми соціально-психологічного впливу в публічному просторі .....	<b>Помилка! Закладку не визначено.</b>
Тема 1.3. Поведінка мас у кризових і конфліктних ситуаціях: аналіз і прогнозування.....	16
Тема 1.4. Соціальні мережі як простір формування масової свідомості.....	18
Тема 2.1. Психологія натовпу та феномен лідерства.....	23
Тема 2.2. Маніпуляції та інформаційні війни у публічному просторі.....	25
Тема 2.3. Психологічні аспекти комунікації в публічному просторі .....	25
Тема 2.4. Масова культура, ідентичність і трансформації суспільної... <b>Помилка! Закладку не визначено.</b>	28
5. ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ .....	30
6. ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА.....	32

## ПЕРЕДМОВА

Дисципліна спрямована на формування у студентів системного розуміння закономірностей масової поведінки людей у соціальному, культурному та інформаційному середовищі. У курсі розглядаються теоретичні засади психології мас, механізми соціального впливу, феномени натовпу, групової динаміки, конформізму, лідерства та маніпуляцій у публічному просторі.

Особлива увага приділяється аналізу сучасних проявів масової свідомості в умовах цифровізації, соціальних мереж, медіа-комунікацій, а також впливу публічного простору — міського, культурного, віртуального — на формування суспільної думки, поведінкових стратегій і соціальної активності громадян.

У процесі вивчення дисципліни студенти набувають умінь аналізувати психологічні чинники поведінки мас у різних контекстах (соціальних акціях, політичних рухах, кризових ситуаціях, медіапросторі), застосовувати інструменти психологічного аналізу та прогнозування реакцій публіки.

Результатом опанування курсу є формування компетентностей у сфері соціальної психології, комунікації, управління масовими процесами, а також підготовка до професійної діяльності у сферах медіа, PR, соціального управління, державного управління та громадської діяльності.

*Метою* вивчення дисципліни є формування у студентів цілісного уявлення про закономірності масової поведінки, психологічні механізми взаємодії людей у публічному просторі, а також розвиток умінь аналізувати, прогнозувати та регулювати соціально-психологічні процеси у суспільстві.

*Завдання дисципліни. Основними завданнями курсу є:*

1. Ознайомлення студентів з основними теоріями та концепціями психології мас і соціального впливу.
2. Вивчення чинників, що визначають поведінку людей у натовпі, групах, соціальних рухах і в публічному просторі.
3. Формування навичок аналізу соціально-психологічних процесів у сучасному інформаційному та медіа-середовищі.
4. Розвиток критичного мислення щодо явищ масової свідомості, маніпуляцій, пропаганди та масової комунікації.
5. Опанування методів дослідження поведінки мас і механізмів впливу публічного простору на індивідуальну та колективну свідомість.
6. Виховання професійної культури взаємодії у соціумі, відповідального ставлення до інформаційного впливу та публічних дій.

*ЗК05.* Цінування та повага різноманітності та мультикультурності.

*ЗК10.* Здатність спілкуватися іноземною мовою. *СК07.* Здатність приймати фахові рішення у складних і непередбачуваних умовах, адаптуватися до нових

ситуацій професійної діяльності.

*СК08.* Здатність оцінювати межі власної фахової компетентності та підвищувати професійну кваліфікацію.

*ПРН02.* Вміти організовувати та проводити психологічне дослідження із застосуванням валідних та надійних методів.

*ПРН03.* Узагальнювати емпіричні дані та формулювати теоретичні висновки.

*ПРН04.* Робити психологічний прогноз щодо розвитку особистості, груп, організацій.

*ПРН05.* Розробляти програми психологічних інтервенцій (тренінг, психотерапія, консультування тощо), провадити їх в індивідуальній та груповій роботі, оцінювати якість.

*ПРН06.* Розробляти просвітницькі матеріали та освітні програми, впроваджувати їх, отримувати зворотній зв'язок, оцінювати якість.

*ПРН07.* Доступно і аргументовано представляти результати досліджень у писемній та усній формах, брати участь у фахових дискусіях.

*ПРН08.* Оцінювати ступінь складності завдань діяльності та приймати рішення про звернення за допомогою або підвищення кваліфікації.

*ПРН09.* Вирішувати етичні дилеми з опорою на норми закону, етичні принципи та загальнолюдські цінності.

*ПРН10.* Здійснювати аналітичний пошук відповідної до сформульованої проблеми наукової інформації та оцінювати її за критеріями адекватності.

*ПРН11.* Здійснювати адаптацію та модифікацію існуючих наукових підходів і методів до конкретних ситуацій професійної діяльності.

# **1. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПОВЕДІНКА МАС І ПСИХОЛОГІЯ ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ»**

## **Змістовний модуль 1. Соціально-психологічні механізми формування та прояву масової поведінки.**

### **Тема 1.1. Психологічна природа масової поведінки: сутність, структура, типи мас.**

Тема розкриває сутність феномена масової поведінки як особливого виду соціально-психологічної взаємодії людей. Розглядаються основні підходи до розуміння поняття «маса», її структура, психологічні характеристики та механізми формування. Аналізуються відмінності між індивідуальною, груповою та масовою свідомістю.

### **Тема 1.2. Механізми соціально-психологічного впливу в публічному просторі.**

Тема присвячена вивченню основних механізмів соціально-психологічного впливу, які визначають поведінку людей у публічному просторі. Розглядаються поняття соціального впливу, переконання, навіювання, конформізму, емоційного зараження та наслідування. Аналізується роль лідерів, авторитетів, ЗМІ та соціальних мереж у формуванні громадської думки та колективних дій.

### **Тема 1.3. Поведінка мас у кризових, конфліктних та інформаційних ситуаціях.**

Тема присвячена аналізу психологічних особливостей поведінки мас у складних соціальних умовах — під час криз, конфліктів, надзвичайних подій та інформаційних загострень. Розглядаються етапи розвитку масових реакцій, закономірності виникнення паніки, агресії, протестних настроїв, а також роль емоційного стану та комунікацій у цих процесах.

### **Тема 1.4. Соціальні мережі як простір формування масової**

## **свідомості**

Досліджується вплив соціальних мереж на колективну думку, поведінку та сприйняття реальності. Аналізуються феномени інтернет-спільнот, онлайн-кампаній, віртуальних натовпів і цифрової маніпуляції.

### **Змістовий модуль 2. Лідерство, маніпуляції та комунікація у публічному просторі**

#### **Тема 2.1. Психологія натовпу та феномен лідерства**

Розглядаються стадії розвитку натовпу, роль емоційного зараження, та вплив лідера на його поведінку. Аналізується взаємозв'язок харизми, авторитету й масової підтримки.

#### **Тема 2.2. Маніпуляції та інформаційні війни у публічному просторі**

Вивчаються методи масових маніпуляцій, інформаційного тиску та пропаганди. Розглядаються психологічні механізми фейків, дезінформації й формування суспільних настроїв.

#### **Тема 2.3. Психологічні аспекти комунікації в публічному просторі**

Аналізуються особливості міжособистісної та масової комунікації у відкритих просторах. Розглядаються ефекти соціальної фасилітації, групової динаміки та відповідальності під час публічних дій.

#### **Тема 2.4. Масова культура, ідентичність і трансформації суспільної свідомості**

Розглядається вплив масової культури на формування цінностей, поведінкових норм та ідентичності особистості. Аналізуються сучасні тенденції глобалізації, медіатизації та зміни колективної свідомості.

## 2. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№	Назва теми	Кількість годин
1.	Психологічна природа масової поведінки: сутність, структура, типи мас.	2
2.	Механізми соціально-психологічного впливу в публічному просторі.	4
3.	Поведінка мас у кризових, конфліктних та інформаційних ситуаціях.	2
4.	Соціальні мережі як простір формування масової свідомості	2
5.	Психологія натовпу та феномен лідерства	2
6.	Маніпуляції та інформаційні війни у публічному просторі	2
7.	Психологічні аспекти комунікації в публічному просторі	2
8.	Масова культура, ідентичність і трансформації суспільної свідомості	4
	<b>Разом</b>	20

## 3. МЕТОДИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Засобами оцінювання успішності вивчення здобувачами вищої освіти навчального матеріалу є оцінювання результатів виконання передбачених робіт та завдань.

### Денна форма навчання

Поточне оцінювання Мін. – 30 б. Макс. – 50 б.	Кількість	Бал (за одиницю)	Всього балів	Підсумковий контроль Мін. – 20 б. Макс. – 50 б.
<b>Робота на практичних заняттях</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>Залік 1-50</b>
<b>Презентація результатів виконаних індивідуальних завдань</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>14</b>	
<b>Виконання проміжних модульних контролів</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	
<b>Самостійна робота/ Кейс</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	
<b>Всього</b>			<b>50</b>	<b>50</b>
			<b>100</b>	

### Заочна форма навчання

Поточне оцінювання Мін. – 30 б. Макс. – 50 б.	Кількість	Бал (за одиницю)	Всього балів	Підсумковий контроль Мін. – 20 б. Макс. – 50 б.
Робота на практичних заняттях	3	2	6	<b>Залік 1-50</b>
Презентація результатів виконаних індивідуальних завдань	3	7	21	
Виконання проміжних модульних контролів	2	3	6	
Самостійна робота/ Кейс	17	1	17	
<b>Всього</b>			<b>50</b>	<b>50</b>
			<b>100</b>	

### КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Критерієм успішного проходження здобувачем вищої освіти поточного та підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових балів за кожною формою планової роботи.

Поточне оцінювання Мін. – 30 б. Макс. – 50 б.	50 балів	Підсумковий контроль Мін. – 20 б. Макс. – 50 б.	50 балів
<b>Робота на практичних заняттях</b>	<b>30/20</b>	Здобувач вищої освіти у повному	<b>40-50</b>
Здобувач вищої освіти у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого завдання, використовуючи обов'язкову та додаткову літературу	2	обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого завдання, використовуючи обов'язкову та додаткову літературу	
Здобувач вищої освіти загалом володіє навчальним матеріалом, але не демонструє глибини знань, не спирається на необхідну навчальну літературу, має у відповіді суттєві неточності	1	Здобувач вищої освіти у достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно його викладає, але може не вистачати аргументації в поясненнях, в основному розкриває зміст поставленого завдання, використовує обов'язкову літературу; допускаються	<b>30-39</b>

		несуттєві неточності	
<b>Захист виконаних розрахунково-графічних робіт</b>	<b>10/10</b>	Здобувач вищої освіти загалом володіє навчальним матеріалом, але не демонструє глибини знань, не спирається на необхідну навчальну літературу, має у відповіді суттєві неточності	<b>21-29</b>
Здобувач вищої освіти у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого завдання	8-10		
Здобувач вищої освіти у достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно його викладає, але може не вистачати аргументації в поясненнях, в основному розкриває зміст поставленого завдання; допускаються несуттєві неточності	5-7		
Здобувач вищої освіти загалом володіє навчальним матеріалом, але не демонструє глибини знань, має у відповіді суттєві неточності	3-4		
Здобувач вищої освіти не в повному обсязі володіє матеріалом, фрагментарно та поверхово його викладає, недостатньо розкриває зміст поставлених питань, має суттєві помилки у відповіді, артикуляція відповіді з гаджета	1-2		
<b>Підготовка та презентація реферату</b>	<b>10/20</b>	Здобувач вищої освіти не в повному обсязі володіє матеріалом, фрагментарно та поверхово його викладає, недостатньо розкриває зміст поставлених питань, має суттєві помилки у відповіді, без використання основної і додаткової літератури, посилання на неідентифіковані Internet-джерела, артикуляція відповіді з гаджета	<b>1-20</b>
Здобувач вищої освіти глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого завдання	5		
Здобувач вищої освіти в основному розкриває зміст поставленого завдання; допускаються несуттєві неточності	4		
Здобувач вищої освіти має у відповіді суттєві неточності	3		
Здобувач вищої освіти недостатньо розкриває зміст поставленого завдання, має суттєві помилки у відповіді	1-2		
<b>Всього</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>50</b>

Підсумкова (семестрова) рейтингова оцінка в балах (за національною шкалою та шкалою ECTS) заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, індивідуального навчального плану здобувача вищої освіти.

Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатка до диплома.

### **Шкала оцінювання: національна та ECTS**

<b>Сума балів за всі види навчальної діяльності</b>	<b>Оцінка ECTS</b>	<b>Оцінка за національною шкалою</b>
90 – 100	<b>A</b>	відмінно
80 – 89	<b>B</b>	добре
65 – 79	<b>C</b>	
55 – 64	<b>D</b>	задовільно
50 – 54	<b>E</b>	
35 – 49	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання
1 – 34	<b>F</b>	незадовільно з можливістю повторного вивчення дисципліни

## **4. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

**Змістовий модуль 1. Соціально-психологічні механізми формування та прояву масової поведінки**

**Тема 1.1. Психологічна природа масової поведінки: сутність, структура, типи мас**

**Мета заняття:**

- сформувати у студентів розуміння психологічної природи масової поведінки та її структурних елементів;
- навчити класифікувати різні типи мас та визначати їхні психологічні характеристики;
- розвинути навички аналізу соціально-психологічних процесів у масових явищах;
- виховати усвідомлене ставлення до масових впливів у суспільному житті.

**Міні-обговорення:**

**Питання для початку заняття:**

«Чому люди у натовпі часто поведуться інакше, ніж наодинці?»

**Запитання для дискусії:**

- Які риси відрізняють масову поведінку від індивідуальної?
- Які елементи складають структуру маси (емоційна єдність, лідер, спільна мета тощо)?
- Які типи мас виділяють у психології (натовп, публіка, аудиторія, масова спільнота)?
- Чи можна сказати, що масова поведінка завжди ірраціональна?
- Як соціальні мережі впливають на формування «нових типів мас»?

### **Вправа 1. «Поведінка натовпу на спортивному матчі»**

#### **Опис**

#### **ситуації:**

Під час футбольного матчу команда господарів програє. Частина вболівальників починає освистувати суддю, інші — вигукують образи на адресу гравців. Емоційна напруга зростає, деякі люди намагаються вибігти на поле.

#### **Завдання:**

1. Визначити, який тип маси представлений у даній ситуації.
2. Проаналізувати психологічні механізми поведінки натовпу (зараження, навіювання, наслідування).
3. Виявити, як формується колективна емоційна реакція.
4. Запропонувати дії, які могли б знизити рівень агресії у натовпі.

### **Вправа 2. «Онлайн-маса: вірусні виклики в соцмережах»**

#### **Опис**

#### **ситуації:**

У соціальній мережі поширюється небезпечний «челендж», який закликає людей виконувати ризиковані дії. За кілька днів мільйони користувачів починають брати участь у ньому, не замислюючись над наслідками.

#### **Завдання:**

1. Визначити тип маси (дисперсна, незібрана, віртуальна).
2. Пояснити психологічну природу феномена «вірусності».
3. Визначити роль соціального схвалення у масовому повторенні дій.
4. Запропонувати шляхи профілактики подібних масових явищ.

### **Вправа 3. «Релігійна або культурна масова подія»**

#### **Опис**

#### **ситуації:**

Під час великого релігійного свята тисячі людей збираються у святому місці.

Вони відчують єдність, піднесення, взаємну підтримку. Після події багато хто говорить про «очищення» та «внутрішню гармонію».

### **Завдання:**

1. Визначити тип маси (організована, конвенційна).
2. Проаналізувати позитивний потенціал масової поведінки.
3. Виявити психологічні чинники, що створюють відчуття єдності.
4. Пояснити, чому деякі масові явища сприяють розвитку духовності та соціальної солідарності.

### **Міні-дискусія:**

**Тема:** *«Масова поведінка: загроза чи ресурс розвитку суспільства?»*

### **Питання для обговорення:**

- Чи можлива «усвідомлена маса»?
- Яку роль у масовій поведінці відіграє лідер?
- Як можна спрямувати енергію мас на конструктивні цілі?
- Які риси роблять людину менш вразливою до масового впливу?

### **Завдання для самостійної роботи:**

1. Підготувати міні-кейс (опис реальної або вигаданої ситуації), у якому проявляється один із типів маси.
  - опис ситуації;
  - тип маси;
  - психологічні механізми;
  - можливі наслідки.
2. Написати коротке есе (1 сторінка) на тему:  
**«Як масова свідомість впливає на свободу вибору особистості?»**

## **Тема 1.2.: Механізми соціально-психологічного впливу в публічному просторі**

### **Мета заняття:**

- сформулювати у студентів розуміння сутності та різновидів соціально-психологічного впливу;
- навчити розпізнавати основні механізми впливу (навіювання, переконання, зараження, наслідування, маніпуляція);

- розвинути навички аналізу комунікацій у публічному просторі з позицій психологічних механізмів впливу;
- виховати критичне мислення щодо інформаційних впливів у ЗМІ, соціальних мережах та масовій культурі.

### **Міні-обговорення:**

**Питання для початку заняття:**  
«Чи можна уникнути психологічного впливу у сучасному інформаційному просторі?»

### **Запитання для дискусії:**

- Що таке соціально-психологічний вплив і як він проявляється у міжособистісній та масовій комунікації?
- Чим відрізняються навіювання, переконання та маніпуляція?
- Які емоційні та когнітивні механізми лежать в основі ефективного впливу?
- Яку роль відіграють медіа та реклама у формуванні масових установок?
- Як розпізнати маніпулятивний вплив у публічному просторі?

### **Вправа 1. «Аналіз рекламного впливу»**

**Опис ситуації:**  
У соціальних мережах активно поширюється реклама нового “екологічного” продукту. У повідомленні використано позитивні образи природи, щасливих людей і фрази типу «Обери майбутнє без шкоди для планети».

### **Завдання:**

1. Визначити, які механізми впливу використано у цій рекламі (емоційне зараження, ідентифікація, навіювання, соціальне схвалення).
2. Проаналізувати, як формується довіра до повідомлення.
3. Обговорити, наскільки етичним є такий спосіб впливу.
4. Запропонувати способи розвитку критичного мислення споживача інформації.

### **Вправа 2. «Політичний виступ: слова, що формують думку»**

**Опис ситуації:**  
Під час телевізійних дебатів політик активно використовує повтори фраз, звернення до “народу”, емоційні приклади з життя. У результаті аудиторія відчуває довіру та підтримку, не аналізуючи фактично зміст сказаного.

### **Завдання:**

1. Визначити типи впливу, що застосовуються у промові (навіювання, авторитет, зараження).
2. Проаналізувати, як невербальні засоби (жести, тон, міміка) підсилюють ефект.
3. Обговорити, чи завжди емоційна риторика є маніпуляцією.
4. Запропонувати стратегії інформаційної самозахисту слухача.

### **Вправа 3. «Вплив у соціальних мережах: лідери думок»**

#### **Опис ситуації:**

Популярний блогер радить своїй аудиторії “спробувати новий стиль життя” — певну дієту, спосіб мислення чи бренд одягу. Тисячі підписників повторюють ці дії, вважаючи блогера прикладом для наслідування.

#### **Завдання:**

1. Визначити, який механізм впливу домінує (наслідування, ідентифікація, соціальне схвалення).
2. Пояснити, чому вплив блогерів може бути потужнішим за традиційні джерела інформації.
3. Обговорити межу між впливом і маніпуляцією в онлайн-просторі.
4. Скласти короткий «етичний кодекс інфлюенсера».

#### **Міні-дискусія:**

**Тема:** *«Чи можлива публічна комунікація без впливу?»*

#### **Питання для обговорення:**

- У чому відмінність між впливом і маніпуляцією?
- Чи є вплив завжди негативним явищем?
- Як можна використовувати соціально-психологічний вплив у конструктивних цілях (освіта, просвіта, мотивація)?
- Як розвинути інформаційну грамотність та опірність маніпуляціям у публічному просторі?

#### **Завдання для самостійної роботи:**

1. Знайти приклад (відео, публікацію, рекламу чи політичний виступ), у якому проявляється один із механізмів соціально-психологічного впливу.

- коротко описати ситуацію;
  - визначити механізм впливу;
  - оцінити етичність його застосування.
2. Написати есе (1 сторінка) на тему:  
**«Як не стати об'єктом маніпуляції у сучасному інформаційному світі?»**

### **Тема 1.3. Поведінка мас у кризових і конфліктних ситуаціях: аналіз і прогнозування**

#### **Мета заняття:**

- сформувані у студентів розуміння психологічних закономірностей масової поведінки у кризових та конфліктних ситуаціях;
- навчити виявляти фактори, що впливають на ескалацію чи розв'язання конфліктів у масових спільнотах;
- розвинути навички аналізу соціально-психологічних механізмів паніки, агресії, колективної солідарності;
- навчити застосовувати методи прогнозування розвитку масових процесів у кризових обставинах.

#### **Міні-обговорення:**

**«Що спільного і відмінного між кризовою та конфліктною ситуацією?»**

#### **Запитання для дискусії:**

- Як реагує маса у ситуаціях невизначеності або загрози?
- Чому в кризі одні люди об'єднуються, а інші — панікують?
- Які чинники можуть перетворити масу на натовп або, навпаки, стабілізувати поведінку людей?
- Чи можна передбачити, коли колективна поведінка стане деструктивною?

#### **Вправа 1. «Кейс-аналіз: паніка в умовах надзвичайної ситуації»**

##### **Опис ситуації:**

У великому торговому центрі стається коротке замикання. Лунає сигнал тривоги, світло гасне. Частина людей починає бігти до виходу, інші шукають родичів або залишаються на місці в розгубленості. За кілька хвилин виникає

ТИСНЯВА.

### **Завдання:**

1. Визначити тип маси (спонтанна, афективна).
2. Проаналізувати основні механізми поведінки — зараження, навіювання, конформізм.
3. Визначити, які комунікаційні помилки посилили паніку.
4. Розробити рекомендації для запобігання подібним ситуаціям (роль лідерів, інформаційних каналів, евакуаційних інструкцій).

### **Вправа 2. «Кейс-аналіз: онлайн-паніка під час воєнних подій»**

#### **Опис ситуації:**

У соціальних мережах з'являється непідтверджена інформація про можливі атаки на інфраструктуру. Люди масово діляться постами, закупають продукти, поширюють фейки. Психологічна напруга зростає, у суспільстві формується відчуття безвиході.

### **Завдання:**

1. Визначити вид маси (дисперсна, незібрана).
2. Проаналізувати механізми поширення тривоги (інформаційне зараження, ехо-камери, алгоритми соцмереж).
3. Запропонувати стратегії інформаційної гігієни й психологічної стійкості в умовах криз.
4. Розробити коротку пам'ятку «Як перевіряти інформацію в кризових ситуаціях».

### **Вправа 3. «Кейс-аналіз: поведінка мас під час економічної кризи»**

#### **Опис ситуації:**

Після новини про різке падіння курсу національної валюти люди масово скуповують товари, черги у банках, зростає агресія в суспільстві. У ЗМІ циркулюють суперечливі повідомлення.

### **Завдання:**

1. Проаналізувати, які соціально-психологічні чинники зумовлюють масову паніку (ефект доміно, емоційне зараження, дефіцит довіри).

2. Визначити, яку роль відіграють офіційні комунікації держави та медіа.
3. Розробити рекомендації для зниження рівня соціальної напруги.
4. Скласти короткий прогноз можливих сценаріїв розвитку подій (оптимістичний, песимістичний, реалістичний).

### **Міні-дискусія:**

**«Чи можна прогнозувати поведінку мас у кризах?»**

### **Питання для обговорення:**

- Які індикатори свідчать про наближення масової паніки?
- Чи може влада або громадські організації завчасно “керувати” емоційними реакціями суспільства?
- Яку роль у стабілізації ситуації відіграють довіра, лідерство, інформаційна політика?
- Як балансувати між попередженням населення та недопущенням паніки?

### **Завдання для самостійної роботи:**

1. **Підготуйте власний кейс** (реальний або змодельований), що ілюструє кризову або конфліктну масову ситуацію.
  - короткий опис події;
  - вид масової поведінки;
  - психологічні механізми (агресія, паніка, згуртування тощо);
  - запропоновані заходи стабілізації.
2. **Напишіть есе (1 сторінка)** на тему:  
*«Як можна прогнозувати поведінку мас у часи невизначеності?»*
3. **Додатково (за бажанням):** складіть короткий **план кризової комунікації** для організації чи громади (ключові повідомлення, канали інформування, психологічна підтримка).

## **Тема 1.4: Соціальні мережі як простір формування масової свідомості**

### **Мета:**

Сформувати у студентів розуміння механізмів впливу соціальних мереж на масову свідомість, вміння аналізувати процеси маніпуляції, інформаційного впливу та створення громадської думки у віртуальному просторі.

### **Основні поняття:**

масова свідомість, інформаційний вплив, алгоритмічні бульбашки, соціальні

мережі, маніпуляція, віртуальна ідентичність, цифрова культура, фейкова інформація, інформаційна безпека.

## Структура заняття

### 1. Вступна частина (10 хв)

- Міні-обговорення: *«Чому саме соціальні мережі стали головним джерелом інформації для сучасної людини?»*
- Викладач наводить коротку статистику (наприклад, кількість користувачів Facebook, Instagram, ТікТок в Україні).
- Формулюється ключове питання заняття:

*«Як соціальні мережі впливають на формування масових уявлень, настроїв і поведінки?»*

### 2. Аналітичне завдання (20 хв)

#### Завдання 1. Аналіз інформаційного кейсу.

Студенти отримують опис ситуації:

*«У соціальних мережах з'являється відео, яке викликає сильний суспільний резонанс. Його активно поширюють, додаючи емоційні коментарі. Через кілька днів з'ясовується, що відео було змонтоване або вирване з контексту».*

#### Питання для обговорення:

- Які елементи маніпуляції були використані?
- Чому користувачі без перевірки поширюють подібний контент?
- Які психологічні механізми працюють (ефект натовпу, конформізм, соціальне зараження)?
- Як можна запобігти подібним інформаційним викривленням?

**Форма роботи:** малі групи (3–5 осіб), подальша презентація висновків.

### 3. Інтерактивна вправа (25 хв)

**«Створи хвилю»**

**Хід вправи:**

1. Студенти діляться на дві команди.

2. Завдання — створити короткий пост або сторіз, який може «зайти в маси» (набирає багато реакцій).
3. Після презентації постів група обговорює:
  - Які елементи були найефективнішими (емоції, образи, ключові слова)?
  - Чи містив пост маніпуляцію або спрощення інформації?
  - Як формується «віральність» контенту?

**Мета:** показати, як працює механізм поширення ідей та емоцій у соціальних мережах.

#### 4. Міні-дискусія (15 хв)

**Тема:** *«Чи можливо залишатися незалежним мислителем у добу інформаційних алгоритмів?»*

**Група А:** стверджує, що можливо — за умови критичного мислення, цифрової грамотності.

**Група Б:** доводить, що соціальні мережі формують мислення й поведінку непомітно для людини.

#### Питання для обговорення:

- Як алгоритми соціальних мереж впливають на наше сприйняття світу?
- Чи може людина свідомо протистояти цьому впливу?

#### 5. Підбиття підсумків (10 хв)

- Узагальнення: соціальні мережі — не лише канал комунікації, а й потужний інструмент масового впливу.
- Ключова ідея: **свідомий користувач = інформаційно відповідальний громадянин.**
- **Домашнє завдання:**  
Написати коротке есе (1 стор.) на тему: *«Мій інформаційний простір: хто формує мою думку?»*

**Змістовний модуль 2. Лідерство, маніпуляції та комунікація у публічному просторі**

#### Тема 2.1. Психологія натовпу та феномен лідерства

**Мета заняття:**

- сформувати у студентів розуміння психології натовпу та ролі лідерства у масовій поведінці;
- навчити визначати вплив лідера на масу та психологічні механізми, що виникають у групі;
- розвинути навички аналізу соціально-психологічних процесів у колективній поведінці;
- виховати критичне та усвідомлене ставлення до лідерських впливів у суспільному житті.

## **Міні-обговорення**

### **Питання для початку заняття:**

«Чому присутність лідера у групі може змінювати поведінку натовпу?»

### **Запитання для дискусії:**

- Які риси характеризують лідера в контексті масової психології?
- Чим лідер відрізняється від звичайного учасника маси?
- Як лідер може посилювати або зменшувати емоційне збудження натовпу?
- Чи можна вплив лідера вважати завжди позитивним?
- Як сучасні медіа та соціальні мережі створюють «онлайн-лідерів»?

## **Вправа 1. «Лідер на спортивному матчі»**

### **Опис ситуації:**

На футбольному матчі команда господарів програє. Капітан фанатської групи починає вигукувати лозунги на підтримку команди, інші уболівальники слідуєть його поведінці. Частина натовпу продовжує критикувати суддю, але активність лідера спрямовує емоції у позитивне русло (підтримка команди, співання пісень).

### **Завдання:**

1. Визначити тип маси (емоційна, організована, конвенційна).
2. Проаналізувати роль лідера у зміні поведінки натовпу.
3. Виявити психологічні механізми впливу лідера (зараження, наслідування, авторитет).
4. Обговорити можливі способи контролю емоцій у натовпі.

## **Вправа 2. «Онлайн-лідери та вірусні кампанії»**

### **Опис ситуації:**

Популярний блогер закликає підписників підтримати соціальний флешмоб чи акцію. Мільйони людей починають брати участь, не перевіряючи інформацію та не оцінюючи ризики.

### **Завдання:**

1. Визначити тип маси (віртуальна, дисперсна).
2. Проаналізувати роль лідера у поширенні поведінкових моделей.
3. Пояснити механізм «соціального зараження» у цифровому просторі.
4. Запропонувати шляхи захисту від негативного впливу онлайн-лідерів.

### **Вправа 3. «Політичний мітинг та феномен харизматичного лідера»**

#### **Опис ситуації:**

Під час масового мітингу політичний лідер звертається до аудиторії, закликаючи до спільних дій. Під його впливом люди демонструють підвищену мобільність, емоційне піднесення та готовність діяти колективно.

#### **Завдання:**

1. Визначити тип маси (організована, політична).
2. Проаналізувати, як харизма лідера формує емоційне єднання.
3. Виявити психологічні механізми впливу (фрустрація → активізація, підвищення мотивації).
4. Обговорити потенційні ризики та позитивні наслідки колективної мобілізації.

### **Міні-дискусія**

**Тема:** «Лідерство у масовій поведінці: небезпека чи ресурс?»

#### **Питання для обговорення:**

- Чи може маса діяти свідомо без лідера?
- Як харизматичний лідер впливає на колективні рішення?
- Які психологічні риси роблять людину стійкою до маніпуляції лідера?
- Як можна спрямувати енергію мас на конструктивні цілі (волонтерство, соціальні проекти)?

#### **Завдання для самостійної роботи**

1. Підготувати міні-кейс (реальна або вигадана ситуація), де проявляється вплив лідера:
  - опис ситуації;
  - тип маси;
  - психологічні механізми впливу;
  - можливі наслідки.
2. Написати коротке есе (1 сторінка) на тему:  
«Феномен лідерства у масовій поведінці: як він формує свідомість і емоції натовпу».

## **Тема 2.2. Маніпуляції та інформаційні війни у публічному просторі**

### **Мета заняття:**

- сформувати у студентів розуміння сутності інформаційних маніпуляцій та механізмів впливу у публічному просторі;
- навчити ідентифікувати типи маніпуляцій та засоби їхнього поширення;
- розвинути навички критичного аналізу медіаповідомлень та соціальних мереж;
- виховати усвідомлене ставлення до інформаційного впливу та медіаграмотність.

### **Міні-обговорення**

#### **Питання для початку заняття:**

«Чому люди іноді вірять інформації, яка суперечить фактам?»

#### **Запитання для дискусії:**

- Які психологічні механізми лежать в основі маніпуляцій?
- Чим відрізняється пропаганда від звичайної інформації?
- Як соціальні мережі та месенджери сприяють поширенню маніпулятивного контенту?
- Чи можна навчитися не піддаватися інформаційним маніпуляціям?
- Які типи інформаційних війни існують у сучасному світі?

### **Вправа 1. «Фейкові новини у соціальних мережах»**

#### **Опис ситуації:**

У соцмережі поширюється новина про катастрофу або скандал. Багато користувачів поширюють її далі, не перевіривши достовірність.

### **Завдання:**

1. Визначити тип маніпуляції (фейк, дезінформація, пропаганда).
2. Проаналізувати психологічні механізми (страх, емоційне зараження, когнітивні упередження).
3. Виявити роль соціального підтвердження у поширенні інформації.
4. Обговорити способи перевірки достовірності та протидії фейкам.

### **Вправа 2. «Інформаційна атака на публічну особу»**

#### **Опис ситуації:**

В інтернеті розпочато кампанію з дискредитації політика/знаменитості через вигадані цитати, змонтовані відео та маніпулятивні заголовки.

### **Завдання:**

1. Визначити тип маніпуляції (дезінформація, психологічна війна, чорний PR).
2. Проаналізувати психологічні механізми впливу (стереотипи, емоційний шантаж, агресивне мислення).
3. Обговорити роль лідера думки або медіа у поширенні та нейтралізації інформації.
4. Запропонувати стратегії захисту від інформаційних атак.

### **Вправа 3. «Масова маніпуляція під час виборів»**

#### **Опис ситуації:**

Під час виборчої кампанії поширюються маніпулятивні повідомлення про кандидатів, які викликають страх, сумніви та емоційне збудження серед виборців.

### **Завдання:**

1. Визначити типи маніпуляцій (емоційні, когнітивні, інформаційні).
2. Проаналізувати, як формуються громадські настрої під впливом медіа.
3. Виявити роль соціальних мереж і лідерів думки у поширенні маніпуляцій.
4. Обговорити способи розвитку критичного мислення у виборців.

### **Міні-дискусія**

**Тема:** «Інформаційні маніпуляції: загроза чи частина сучасного

інформаційного простору?»

### **Питання для обговорення:**

- Чи можлива «інформаційна імунізація» особистості?
- Як протистояти маніпуляціям без цинізму і відчуження від медіа?
- Яку роль відіграють етичні стандарти журналістики та медіаграмотність?
- Як масовий інформаційний вплив змінює суспільну свідомість та поведінку?

### **Завдання для самостійної роботи**

1. Підготувати міні-кейс (реальна або вигадана ситуація), де проявляється маніпуляція:
  - опис ситуації;
  - тип маніпуляції;
  - психологічні механізми впливу;
  - можливі наслідки.

Написати коротке есе (1 сторінка) на тему: «Як інформаційні війни впливають на сприйняття реальності та свободу вибору особистості».

## **Тема 2.3. Психологічні аспекти комунікації в публічному просторі**

### **Мета заняття:**

- сформувані у студентів розуміння психологічних процесів, що лежать в основі публічної комунікації;
- навчити аналізувати вербальні та невербальні комунікаційні сигнали у масовому спілкуванні;
- розвинути навички оцінки ефективності комунікації та впливу на аудиторію;
- виховати усвідомлене ставлення до власної комунікативної поведінки у публічному просторі.

### **Міні-обговорення**

#### **Питання для початку заняття:**

«Чому деякі спікери легко переконують велику аудиторію, а інші — ні?»

## **Запитання для дискусії:**

- Які вербальні та невербальні засоби впливу використовують у публічній комунікації?
- Як емоції аудиторії впливають на сприйняття повідомлення?
- Чи можна навчитися ефективно спілкуватися з масовою аудиторією?
- Яку роль відіграють лідери думки та експерти у формуванні суспільної думки?
- Як цифрові платформи змінюють правила комунікації у публічному просторі?

## **Вправа 1. «Публічний виступ на заході»**

### **Опис ситуації:**

Спікер виступає на конференції перед великою аудиторією. Його завдання — донести інформацію та переконати слухачів. Частина аудиторії активно реагує, інші — відволікаються або ставлять критичні запитання.

### **Завдання:**

1. Проаналізувати вербальні (тон, темп, аргументація) та невербальні (жести, міміка, контакт очей) засоби комунікації спікера.
2. Виявити психологічні механізми впливу на аудиторію (емпатія, авторитет, підкріплення).
3. Обговорити, як реагує аудиторія на різні стилі подачі інформації.
4. Запропонувати способи підвищення ефективності комунікації.

## **Вправа 2. «Соцмережі та цифрова комунікація»**

### **Опис ситуації:**

Відомий блогер публікує пост або відео, що має на меті залучити підписників до дискусії або спонукати до певних дій. Реакція аудиторії неоднорідна: лайки, коментарі, критика, репости.

### **Завдання:**

1. Проаналізувати стиль комунікації (тон, структура повідомлення, заклик до дії).
2. Виявити психологічні механізми взаємодії (соціальне підтвердження, вірусність, емоційний вплив).

3. Обговорити роль зворотного зв'язку та коментарів у формуванні громадської думки.
4. Запропонувати способи підвищення етичності та ефективності цифрової комунікації.

### **Вправа 3. «Комунікація в кризовій ситуації»**

#### **Опис ситуації:**

Під час надзвичайної події (пожежа, аварія, соціальний конфлікт) публічні спікери або органи влади звертаються до громадян, щоб знизити паніку та надати чіткі інструкції.

#### **Завдання:**

1. Проаналізувати, які психологічні аспекти комунікації критично важливі у кризових ситуаціях (чіткість, авторитетність, емоційна стабільність).
2. Виявити помилки, що можуть підсилити паніку або дезінформацію.
3. Обговорити роль лідерів думки та офіційних джерел у підтримці порядку та довіри.
4. Запропонувати способи ефективного донесення інформації до різних груп аудиторії.

### **Міні-дискусія**

**Тема:** «Публічна комунікація: інструмент впливу чи взаємодії?»

#### **Питання для обговорення:**

- Чи можна навчитися керувати масовою увагою етично?
- Які психологічні чинники визначають ефективність комунікації?
- Як цифрові платформи змінюють класичні моделі впливу?
- Чи може публічна комунікація формувати суспільні цінності та свідомість?

#### **Завдання для самостійної роботи**

1. Підготувати міні-кейс (реальна або вигадана ситуація) з публічною комунікацією:
  - опис ситуації;
  - вербальні та невербальні засоби впливу;
  - психологічні механізми взаємодії;

- можливі наслідки для аудиторії.
2. Написати коротке есе (1 сторінка) на тему:  
«Як психологічні аспекти комунікації формують суспільну думку та поведінку людей».

## **Тема 2.4. Масова культура, ідентичність і трансформації суспільної свідомості**

### **Мета заняття:**

- сформувати у студентів розуміння впливу масової культури на формування індивідуальної та колективної ідентичності;
- навчити аналізувати механізми впливу медіа, кіно, музики та соціальних мереж на свідомість людей;
- розвинути навички критичного мислення щодо споживання масової культури;
- виховати усвідомлене ставлення до впливу культурних продуктів на соціальні цінності та поведінку.

### **Міні-обговорення**

#### **Питання для початку заняття:**

«Як популярна культура формує наші уявлення про себе та інших?»

#### **Запитання для дискусії:**

- Які елементи масової культури впливають на особистісну ідентичність?
- Чи змінюється соціальна свідомість під впливом медіа та розважального контенту?
- Які позитивні та негативні наслідки масової культури можна виділити?
- Як глобалізація змінює локальні культурні традиції?
- Яку роль відіграє соціальна група та субкультура у формуванні цінностей?

### **Вправа 1. «Вплив музики та кіно на світогляд»**

#### **Опис ситуації:**

Студенти дивляться уривок популярного серіалу або музичного кліпу, що відображає певні соціальні ролі та цінності.

#### **Завдання:**

1. Проаналізувати, які соціальні ролі та стереотипи передаються через контент.
2. Виявити психологічні механізми впливу (ідентифікація з героями, емпатія, наслідування).
3. Обговорити, як це формує очікування щодо поведінки у суспільстві.
4. Запропонувати способи критичного сприйняття культурних продуктів.

## **Вправа 2. «Соціальні мережі і формування масової ідентичності»**

### **Опис ситуації:**

В інстаграмі чи ТікТок формуються тренди, що визначають стиль одягу, поведінку та цінності молоді.

### **Завдання:**

1. Визначити, які психологічні механізми стимулюють підпорядкування тенденціям (конформізм, соціальне схвалення, страх «відставання»).
2. Проаналізувати вплив лідерів думки та блогерів на колективні переконання.
3. Обговорити, як масова культура формує «групові стандарти» та соціальні норми.
4. Запропонувати способи розвитку індивідуальної критичності у сприйнятті медіатрендів.

## **Вправа 3. «Культурні події та суспільна свідомість»**

### **Опис ситуації:**

Проведено фестиваль, виставку або марафон, який популяризує певні цінності (екологія, волонтерство, толерантність). Учасники активно сприймають повідомлення та обмінюються емоціями.

### **Завдання:**

1. Визначити позитивні психологічні ефекти масових культурних подій (єдність, солідарність, мотивація).
2. Проаналізувати, як колективні емоції підсилюють цінності та поведінку учасників.
3. Обговорити, які елементи масової культури стимулюють соціальні трансформації.

4. Запропонувати способи використання масової культури для розвитку суспільної свідомості.

### **Міні-дискусія**

**Тема:** «Масова культура: механізм соціальних трансформацій чи фактор стандартизації?»»

### **Питання для обговорення:**

- Чи може масова культура формувати критичне мислення або лише сліпе наслідування?
- Як культурні продукти впливають на соціальні цінності та ідентичність?
- Чи можливо використати масову культуру для позитивних змін у суспільстві?
- Яку роль відіграють локальні традиції та субкультури у глобалізованому інформаційному просторі?

### **Завдання для самостійної роботи**

1. Підготувати міні-кейс (реальна або вигадана ситуація), де масова культура вплинула на соціальну свідомість:
  - опис ситуації;
  - вид культурного продукту;
  - психологічні механізми впливу;
  - можливі наслідки для індивідів та групи.
2. Написати коротке есе (1 сторінка) на тему:  
«Масова культура та ідентичність: як культурні продукти змінюють свідомість та поведінку людей».

### **5. ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ**

1. Поняття «маса», «натовп», «публіка», «аудиторія» у соціальній психології.
2. Історичні етапи становлення психології мас: внесок Г. Лебона, З. Фрейда, Е. Канетті.
3. Основні ознаки масової поведінки та її відмінності від групової.
4. Структура масової поведінки: когнітивний, емоційний і поведінковий компоненти.
6. Типи мас: організовані, неорганізовані, спонтанні, аудиторні, віртуальні.

7. Психологічні фактори формування масової свідомості.
8. Роль соціального контексту і простору у виникненні масових явищ.
9. Феномен колективної ідентичності в масовій поведінці.
10. Вплив емоційного стану на поведінку натовпу.
11. Особливості поведінки людини у складі маси: зміна самосвідомості, анонімність, зараження.
12. Сутність поняття «соціально-психологічний вплив».
13. Основні форми соціального впливу: навіювання, переконання, наслідування, конформізм.
14. Психологічні механізми емоційного зараження в натовпі.
15. Роль лідера і авторитету у формуванні поведінки мас.
16. Соціальні норми та очікування як чинники поведінки публіки.
17. Медіа та соціальні мережі як інструменти формування масової думки.
18. Інформаційно-психологічні технології впливу у публічному просторі.
19. Психологічні особливості маніпуляцій і пропаганди.
20. Етичні межі використання впливу у масових комунікаціях.
21. Прийоми протидії маніпуляціям у медіа та публічних виступах.
22. Психологічні особливості поведінки мас у кризових ситуаціях.
23. Етапи розвитку паніки та шляхи її подолання.
24. Психологія агресивного натовпу: причини, динаміка, способи регуляції.
25. Поведінка публіки під час соціальних протестів і конфліктів.
26. Інформаційні кризи: вплив фейкових новин і чуток на масову свідомість.
27. Роль емоцій у розвитку масових конфліктів.
28. Засоби управління поведінкою мас під час надзвичайних подій.
29. Психологічні механізми формування колективного страху та паніки.
30. Відмінності конструктивних і деструктивних форм масової активності.
31. Поведінка лідерів і організаторів у кризових масових ситуаціях.

## 6. ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. Волошина В. В., Ставицька С. О. Соціальна психологія : практикум : навч. посіб. для ВНЗ. Київ : Каравела, 2019. 320 с.
2. Джуган Р. І. Психологія особистості : метод. рекомендації до курсу. Ужгород : ДВНЗ «УжНУ», 2023. 60 с.
3. Кацавець Р. С. Психологія особистості : навч. посіб. Київ : Алерта, 2021. 134 с.
4. Католик Г., Калька Н. Психологія особистості (в схемах, презентаціях і таблицях) : навч. посіб. Львів : ЛьвДУВС, 2022. 158 с.
5. Лебон Г. Психологія людських спільнот. Львів : Львівська політехніка, 2020. 228 с.
6. Поліщук В. М. Соціальна психологія (програмні основи, змістові модулі, інформаційне забезпечення). Суми : Університетська книга, 2020. 217 с.
7. Психологія мас : конспект лекцій / уклад. П. І. Сахно, К. С. Сахно. Суми : Сумський державний університет, 2022. 116 с.
8. Слюсаревський М. М., Хазратова Н. В. Соціальна психологія. Львів : Львівська політехніка, 2019. 352 с.
9. Слюсаревський М. М., Хазратова Н. В. Теоретичні напрями соціальної психології. Львів : Львівська політехніка, 2020. 104 с.
10. Ставицька С. О., Отич Д. Д. Соціальна психологія : хрестоматія : навч. посіб. Київ : Каравела, 2018. 330 с.
11. Психологія спілкування : навч. посіб. / Л. О. Савенкова та ін. ; за заг. ред. Л. О. Савенкової. Київ : КНЕУ, 2015. 309 с.
12. Терлецька Ю. М., Закалик Г. М., Шувар Н. М. Соціальна психологія у термінах і поняттях. Львів : Львівська політехніка, 2018. 132 с.

### Додаткова література

1. Ануфрієва Н. М., Зелінська Т. М., Єрмакова Н. О. Соціальна психологія : навч. посіб. Київ : Каравела, 2016. 370 с.
2. Квіт С. Масові комунікації. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
3. Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти / за ред. М. М. Слюсаревського. Київ : Талком, 2018. 536 с. (*прим.: уточніть кількість сторінок, якщо є можливість*).
4. Паскевська Ю. А. Психологія масової поведінки : навч. посіб. Запоріжжя : ЗНУ, 2015. 70 с.

5. Психологія мас : наук.-допом. бібліогр. покажч. / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Бібліотека ; уклад. Л. Дейнека. Луцьк, 2018. 256 с.
6. Чалдіні Р. Психологія успіху. Вінниця : Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2017. 352 с.
7. Соціальний конфлікт: інноваційні комунікативні технології врегулювання : практ. посіб. / за наук. ред. Г. М. Бевз, І. В. Петренко. Київ, 2020. 160 с. *(прим.: уточніть сторінки)*.
8. Макафі Е., Бріньолфссон Е. Машина. Платформа. Натовп. Як приборкати наше цифрове майбутнє. Київ : Наш Формат, 2019. 305 с.