

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 01.07.2025 12:03:31
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bdfcf836

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«ПСИХОЛОГИЯ ТОЛПЫ И МАССОВЫХ БЕСПОРЯДКОВ»

Код, направление подготовки	37.05.02 Психология служебной деятельности
Направленность (профиль)	Морально-психологическое обеспечение служебной деятельности
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Психологии
Выпускающая кафедра	Психологии

Перечень примерных тем для контрольной работы:

1. История становления психологии масс за рубежом и в отечественной психологии.
2. Массы и массовое сознание.
3. Психология слухов и сплетен как массовое социально-психологическое явление.
4. Массовая паника, как форма стихийного поведения.
5. Психология рекламы как массовое явление.
6. Общественное мнение, как инструмент управления публикой.
7. Понятие «толпа», перечислить основные характеристики. Привести примеры.
8. Описать процесс эмоционального заражения (циркулярной реакции) толпы и закона революционного стихийного поведения. Привести примеры.
9. Свойства толпы и приемы манипуляции толпой.
10. Паника: факторы возникновения, способы предотвращения массовой паники.
11. Феномен слуха и классификации слухов.
12. Психология массовых настроений: виды, динамика, механизмы.
13. Привести примеры возникновения и развития массовых настроений.
14. Привести исторические примеры массовых настроений и механизмов воздействия на них.
15. Общение и коммуникация как массовые настроения.
16. Уильям Джеймс и его школа: исследование проблем религиозного опыта.
17. Новая постановка проблемы морали в психологии Э.Фромма.
18. Соотношение и взаимосвязь основных видов религиозного опыта.
19. Психологические мотивы религиозной веры.
20. Авторитет религиозной организации и авторитет вероучения в свете психологии.

Примерные вопросы к зачету (7 семестр).

1. Краткая история становления психологии масс за рубежом и в отечественной науке.
2. Теории «массы».
3. Основные характеристики массы как социально-психологического явления. Виды масс.
4. Массовое сознание как элемент психологии масс. Структура и свойства массового сознания.
5. Основные феномены массы.
6. Психологические причины объединения людей в массы.
7. Системный подход в изучении масс.
8. Личность и масса. Феномен обезличивания.
9. Лидеры массы. Типы лидеров массы.
10. Общая характеристика толпы как массового проявления. Свойства и виды толпы.
11. Психология собранной публики.
12. Психология несобранной публики.
13. Общие механизмы стихийного поведения (циркулярная реакция и коммуникация).
14. Приемы управления и манипуляции толпой. География толпы.
15. Основные формы стихийного поведения: массовая агрессия и паника. Виды паники. Факторы возникновения массовой паники.
16. Механизмы развития паники.
17. Предотвращение и ликвидация панического поведения.
18. Заражение как механизм воздействия и формирования масс.
19. Внушение как механизм психологии масс.
20. Подражание как механизм психологии масс.
21. Природа массовых настроений. Субъекты, факторы возникновения и циклы

- развития массовых настроений.
22. Основные функции массовых настроений. Механизмы воздействия на массовые настроения.
 23. Прогнозирование массовых настроений. Метод прогнозирования на «проблемных сетях».
 24. Слухи как социально - психологическое явление. Их разновидности, источник и условия возникновения.
 25. Противодействие и устранение слухов.
 26. Психология сплетни. Функции сплетен.
 27. Польза слухов и сплетен.
 28. Массовая коммуникация как социально - психологическое явление.
 29. Общая характеристика средств массовой коммуникации. Эффекты массовой коммуникации.
 30. Понятие «религия»; истоки возникновения. Социально - психологические функции религии. Мотивы обращения к религии.
 31. Психология веры, суеверий, предрассудков. Религиозный культ.
 32. Психология моды. Социально - психологические функции моды. Парадокс модника.
 33. Психологические механизмы моды. Влияние моды на психологию масс.
 34. Психология рекламы. Психологические механизмы рекламы.
 35. Психология PR - воздействия.