

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования

«Белорусский государственный педагогический

университет имени Максима Танка»

Г. В. Максютя

ВВЕДЕНИЕ В ПОЛИТИЧЕСКУЮ ПСИХОЛОГИЮ

Учебно-методическое пособие

Минск 2004

УДК [i 59.9:32](075.8)

ББК88.4я73 М1 77

Печатается по решению редакционно-издательского совета БГПУ
Рекомендовано секцией психологических наук БГПУ (протокол № 9 от
22.06.04)

Рецензенты:

Я. Л. Коломинский, доктор психологических наук, профессор БГПУ

Н. В. Азаренок, кандидат психологических наук БГПУ **Максюта Г. В.**

М177 Введение в политическую психологию: Учеб.-метод. пособие. – М.: БГПУ,
2004.— 36 с.

ISBN 985-435-800-3

Пособие состоит из ряда тем, раскрывающих психологические аспекты политики и власти в гражданском обществе, предыстории взглядов на взаимоотношения человека и власти, становления парадигм психологии в XX в. и их влияния на возникновение политической психологии, собственно возникновения политической психологии как научной дисциплины и деятельности психолога в политическом процессе.

Адресуется студентам БГПУ, изучающим курс «Политическая психология».

УДК

[159.9:32](075.8)

ББК 88.4я73

ISBN 985-435-800-3

© Г. В. Максюта, 2004

© УИЦ БГПУ, 2004

Какие основные темы и проблемы рассматриваются в современной политической психологии?

Литература для самоподготовки

1. *Гозман Л. Я., Шестопал Е. Б.* Политическая психология. Ростов н/Д 1996.
2. *Мельничук А. С., Шиверских А. А., Яблокова Е. А.* Введение в политическую психологию: Учеб. пособие. М., 2001.
3. *Ольшанский Д. В.* Основы политической психологии. Екатеринбург, 2001.
4. Политическая психология: Учеб. пособие для вузов / Под общ. ред. А. А. Деркача, В. И. Жукова, Л. Г. Лаптева. М., 2001.
5. *Шестопал Е. Б.* Психологический профиль российской политики 1990-х М., 2000.

ПСИХОЛОГ В ЭЛЕКТОРАЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Состязательность в политике, в период выборов достигает наивысшего уровня. Необходимость в психологическом консультировании лидеров, объединений, партий возрастает именно в это время.

Выборы — основная процедура формирования персонального состава представительной власти в гражданском обществе. Процесс изменения предпочтений избирателей, с одной стороны, и разработка и предъявление информационных материалов о кандидатах, с другой — электоральный процесс. И сами выборы, и презентация кандидатов организованы как политические технологии.

В выборах участвует абсолютно все население, а также политическая элита, разрабатывающая и предлагающая проекты развития страны; политические активисты, представляющие информационные материалы кандидатов и проекты развития страны.

В выборах также принимают участие избиратели. И даже те, кто не приходит на голосование, участвуют в выборах, косвенно поручая свой выбор тем, кто голосует. Именно на долю избирателей приходится принятие главного политического решения — выбор проекта для страны и персонального состава власти.

Цель параграфа — сформировать систему научных знаний о роли психолога в электоральных технологиях.

Как меняется персональный состав представительной власти в гражданском обществе

Современная власть в гражданском обществе постоянно находится в диалоге со своим избирателем, постоянно воспроизводится как лидерская, то есть психологически признаваемая власть. Лидер удерживает

позицию, последователи корректируют свое отношение к лидеру и в итоге выбирают новых лидеров.

Формирование персонального состава власти в гражданском обществе осуществляется следующим образом: вначале выдвижение кандидатов в депутаты происходит путем сбора подписей в поддержку того или иного кандидата и регистрации кандидата, если подписи были собраны правильно и в достаточном количестве. Затем — проведение информационной кампании, в ходе которой до избирателей доводятся сведения о кандидатах. И собственно выборы — голосование избирателей на избирательных участках и подведение итогов голосования. Так выбираются глава государства и представительная власть.

Различные, законодательно определенные, избирательные системы задают различные стили выдвижения кандидатов, проведения информационной кампании, но в любом случае остаются вопросы о качестве и эффективности этих кампаний, в осознании политических интересов избирателями, имиджах политиков, способах продвижения информационных материалов.

Политическая борьба, конкуренция в сфере идей, проектов, программ и персон политической элиты, постоянно существующая политика разворачивается в период выборов, в избирательных кампаниях. Именно поэтому власть постоянно озабочена проблемой легитимности, ищет одобрения, признания, предпочтения, согласия и одобрения со стороны граждан.

Репутация, имидж, положительное мнение — не менее важный ресурс власти, чем деньги, информация, сила. Имидж зачастую создается не столько благодаря стечению счастливых обстоятельств, сколько усилиями лидера, специалистов, команды. Все вместе это получает название связи с общественностью или имиджмейкинг. Разумеется, и в организации связи и создания образа значительная доля принадлежит интуиции, удаче, творческим находкам, но чаще всего успех ассоциируется с технологией.

Что такое политико-психологические технологии

Политическое консультирование в США и ЕС традиционно осуществляется фирмами, занимающимися «паблик рилейшнз» (ПР) и всегда является комплексным, то есть включает с себя все аспекты, в том числе психологический. ПР касается политических деятелей, религиозных, идеологических, политических учений, политических партий, неправительственных организаций, коммерческих фирм, шоу-бизнеса.

Действия психолога-консультанта включены, как правило, в политико-психологические технологии. Любая технология — это преобразование материала по определенным правилам. Технология представляет собой последовательность приемов, методов, действий, каждый из которых достаточно прост и не требует мастерства профессионала, но разумеется предполагает определенную подготовку, что приводит к заранее спланированному результату.

Субъектом, автором-разработчиком технологии может быть либо сам политический лидер, либо сотрудник организации, несущий ответственность за применение технологий, объектом — избиратели, лидеры общественного мнения, активисты, добровольцы и сторонники политического лидера. В целом технология осуществляется специально подготовленным персоналом.

В чем специфика избирательной технологии

Политико-психологические технологии чаще всего имеют своим предметом сведения, эмоциональное состояние, взгляды, намерения избирателей; целью — расширение числа своих сторонников, критика политических противников, заявление собственной системы ценностей, эффективное функционирование организации. Политико-психологические технологии имеют последовательность этапов, средства, методы, приемы операции воздействия. На каждом этапе, в зависимости от ресурсного обеспечения преобразования, используются различные методы — обращение, идентификация, подстройка, имитация или реальный диалог и т. п.

Время использования таких технологий — накануне выборов в те или иные структуры власти. Такие технологии называются избирательными. Политические психологи-консультанты, занимающиеся факторным процессом, выборами и избирательными технологиями, участвуют в формулировании целей, стратегии и тактики избирательной кампании.

В избирательных технологиях всегда высока вероятность срыва планируемого результата. Вместе с тем срыв замеченно происходит чаще всего вследствие недостаточного учета научных сведений, в частности психологических, и неадекватного планирования целей и результатов кампании.

Корректная цель избирательной кампании — привести на избирательные участки всех сторонников того или иного кандидата. Избирательная технология позволяет выполнять эту задачу. При достаточно большом числе сторонников того или иного кандидата и качественном проведении кампании результатом может быть победа на выборах, при недостаточном — следует ставить другие цели и планировать другие результаты.

Какие функции может выполнять психолог в избирательной кампании

Одной из основных задач политической психологии является изучение так называемого человеческого фактора и организация работы с персоналом по налаживанию отношений и общения, исследование избирателей и создание имиджа кандидата

Что такое работа с добровольцами избирательных кампаний с применением психологических методик

В работе с персоналом политических акций и мероприятий, особенно в избирательных кампаниях, могут применяться различные психологические технологии. Одна из важных задач психолога — подбор персонального состава команд и групп поддержки кандидатов, проведение коммуникативных тренингов с добровольцами. Акции, в которых приходится участвовать группам поддержки, состоят из практически совершенно незнакомых для большинства участников действий, что неизбежно вызывает тревогу, эмоциональное напряжение, стресс. Хорошо известно, что стрессоустойчивость у различных людей различна, отобрать тех, кто легче перенесет трудности избирательной кампании, — задача, которую лучше других может решить психолог. Также хорошо известно, что общение добровольцев в ходе акций происходит с совершенно разными, незнакомыми людьми, в этом случае сочетание качеств, образующих коммуникабельность, играет важную роль в успехе деятельности добровольца.

Кроме отбора добровольцев, непосредственно занимающихся сбором подписей, акциями «от двери к двери», пикетированием, поддержкой кандидата в выступлениях перед избирателями, необходим подбор и психологическая подготовка персонального состава менеджеров и супервайзеров избирательной кампании.

Что такое работа с составом штаба кандидата с применением психологических методик

Штаб кандидата, в котором происходит принятие большинства, если не всех решений, осуществляется планирование и управление ходом кампании, состоит, как правило, из людей, не имевших опыта совместной деятельности. Как известно из социальной психологии, вновь созданная и неконсолидированная группа имеет ряд особенностей, которые затрудняют коммуникацию и снижают эффективность деятельности групп. Такими типичными затруднениями являются различия в понимании стратегии и хода кампании, разное видение результатов, продуктов, способов, возможностей и организации работы, и наконец, просто различными могут быть стили деятельности.

Люди, собранные в штабе, могут иметь различные цели, которых пытаются достичь в ходе кампании (при декларировании единой цели), не всегда осознавая эти различия, различные ориентации (на процесс и результат), различие технологии принятия управленческих решений и разноречивость в способах решений.

Разрушительны в штабе психологическая несовместимость и конфронтация между демонстративными личностями и личностями, претендующими на лидерство, стремление «проявить себя» за счет дискреди-

тации других, подозрительность и недоверие, поиск «виноватых», игры «Ты кто такой?» и «Кто в доме хозяин?», ревность, зависть, страх.

Все эти явления могут быть смягчены проведением тренингов по слаженности и сплоченности штабных команд кандидатов в депутаты и эффективного взаимодействия кандидата с другими членами команды и членов команды между собой. Полезным может быть и работа по организации, сопровождению и обучению технологиям принятия групповых политических решений.

Что такое психологическая работа с политическими лидерами и кандидатами

Может возникнуть и необходимость в психологической работе с кандидатом, баллотирующимся на тот или иной пост. В этой работе может потребоваться проведение с кандидатом биографического интервью, направленное на осознание мотивации власти и проектирование дальнейшей политической карьеры.

Другим важным направлением в работе психолога с кандидатом может быть психологическая подготовка политических лидеров и кандидатов к участию в избирательных кампаниях.

Кроме того, существует и такой жанр политического консультирования, когда психолог-консультант советует, рекомендует, ориентирует политиков в их повседневной управленческой и политической деятельности, то есть проводит индивидуально-психологическое консультирование политических лидеров.

Какова роль психолога в создании имиджа кандидата

Деятельность психолога по имиджированию обычно сводится к таким значительным направлениям, как исследование избирателей, их предпочтений, установок, намерений; проведение анализа психологических механизмов принятия решений; подготовка заседания штаба по обсуждению и принятию решений относительно имиджа кандидата; наконец, формирование, апробация и коррекция визуальных и текстовых частей информационных материалов, презентующих имидж кандидата. Работая в консультировании избирательной кампании, психолог осуществляет действия по обучению кандидата действиям, необходимым для реализации имиджа в ходе кампании; психологическое обоснование презентаций общественным объединениям политических партий и лидеров в кампаниях по связям с общественностью.

Каковы функции психолога в изучении психологических особенностей избирателей

В избирательной кампании интерес к психологу-консультанту может существенно повышаться. Данная кампания в гражданском обществе яв-

ляется единственным средством сохранения и завоевания политической власти. В ней на карту поставлена профессиональная и личная судьба политика. Поэтому часто возникает желание психолога-консультанта превратить в менеджера, принимающего важные решения и определяющего условия проведения кампании. Разумеется, кампания от этого только проиграет.

Вместе с тем есть несколько основных направлений работ психолога, которые могут повысить качество избирательной кампании: исследование психологических особенностей и политических предпочтений избирателей, проектирование и реализация имиджа кандидата, психологическая подготовка команды кандидата, обеспечение психологического сопровождения продвижения материалов и встреч кандидата и доверенных лиц с избирателями.

Как исследуются психологические особенности и политические предпочтения избирателей

Идеальным случаем изучения электоральной ситуации является мониторинг массовых предпочтений избирателей. Но такое постоянно действующее изучение практически не встречается. Исследуются избирательные округа накануне проведения избирательной кампании, проводится их анализ, сравнение и оценка. Исследуются округа на основании материалов, полученных из различных источников. Такими источниками информации в изучении электорального поведения могут быть результаты голосования на прошлых выборах; документы, характеризующие качество избирательных кампаний различных кандидатов на прошлых выборах; данные традиционного социологического опроса. Вместе с тем психологические интерпретации могут казаться полезными и при работе с информацией, полученной непсихологическими методами.

В схему социологического опроса может быть включен психологический инструментарий, разработать и апробировать который и является задачей психолога. После сбора данных психологу предстоит интерпретировать эти данные и участвовать в разработке стратегии кампании.

Если позволяет ресурсное обеспечение, то социолого-психологический мониторинг и в ходе избирательной кампании также может быть полезен. По крайней мере постоянно действующий телефонный опрос с целью контроля качества проводимой кампании и массового электорального поведения совершенно необходим. Особый интерес может представлять участие в мониторинге и в прогнозе акций политической элиты.

Психологический анализ политического процесса, точное представление его психологической структуры, позволяют выявить ситуации, этапы и аспекты, в которых психологическое консультирование может оказаться полезным. Знание психологических проблем политического процесса может повысить эффективность изучения политических явлений, качество проектирования и планирования, реализацию политических мероприятий, в первую очередь избирательных технологий.

Психологические технологии в политике направлены на расширение числа своих сторонников, критику политических противников, заявление собственной системы ценностей, эффективное функционирование организации.

Одна из важных задач психолога в психологической технологии — подбор персонального состава команд и групп поддержки кандидатов, проведение коммуникативных тренингов с добровольцами.

Психолог в избирательных технологиях может быть занят проведением тренингов по слаженности и сплоченности штабных команд кандидатов в депутаты и эффективного взаимодействия кандидата с другими членами команды и членов команды между собой.

При взаимодействии психолога с кандидатом целесообразна работа, направленная на осознание мотивации власти и проектирование политической карьеры, а также психологическая подготовка политических лидеров и кандидатов к участию в избирательных кампаниях. Психолог-консультант может быть полезен и в индивидуально-психологическом консультировании политиков.

Деятельность по связям с общественностью, в частности психологическая деятельность, не является сегодня обязательной и безусловно выполняемой в политическом процессе. Основными причинами пренебрежения политиков к деятельности по связям с общественностью или имиджмейкингу является отсутствие устойчивых культурных образцов, политических практик и привычек, связанных с публичной и constitutive политикой. Психологическое консультирование в политике только формируется и чаще всего носит эпизодический и фрагментарный характер. Распространение принципов гражданского общества меняет ситуацию с отношением и к деятельности, и к специалистам по связям с общественностью.

Вопросы для самопроверки

Что такое психологическая технология в политическом процессе? Какие функции выполняет психолог-консультант в ходе избирательной кампании?

Какие функции выполняет психолог-консультант при организации работы с персоналом команды кандидата?

Какие функции выполняет психолог-консультант в ходе подготовки к избирательной кампании?

Какие функции выполняет психолог-консультант при изучении особенностей избирателей округа?

Какие профессиональные функции может выполнять психолог-консультант при формировании имиджа политического лидера?

Литература для самоподготовки

1. Гозман Л. Я., Шестопа́л Е. Б. Политическая психология. Ростов н/Д, 1996.
2. Гульбинский Н. А., Сорокина Е. Н. «Краткий курс» для эффективных политиков. М., 1999.
3. Мельничук А. С., Шиверских А. А., Яблокова Е. А. Введение в политическую психологию: Учеб. пособие. М., 2001.
4. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии. Екатеринбург, 2001.
5. Политическая психология: Учеб. пособие для вузов / Под общ. ред. А. А. Деркача, В. И. Жукова, Л. Г. Лаптева. М., 2001.
6. Шестопа́л Е. Б. Психологический профиль российской политики 1990-х. М., 2000.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ИСТОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ.....	9
СТАНОВЛЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ XX В	14
СОВРЕМЕННАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ КАК НАУЧНАЯ ДИСЦИПЛИНА	21
ПСИХОЛОГ В ЭЛЕКТОРАЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ	26

Максюта Георгий Викторович

ВВЕДЕНИЕ В ПОЛИТИЧЕСКУЮ ПСИХОЛОГИЮ

Учебно-методическое пособие

Редактор О. С. Козицкая

Техническое редактирование А. А. Поклюко

Компьютерная верстка А. Н. Акимчик

Подписано в печать 08.09.04. Формат 60х84 ¹/₁₆.

Бумага офсетная. Гарнитура «Таймс». Печать офсетная.

Уел. печ. л. 1,8. Уч. изд. л. 9. Тираж 100 экз. Заказ 573.

Учреждение образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка».

Лицензия № 02330/0033000 от 01.04.04.

220050 Минск, Советская, 18.

Издатель и полиграфическое исполнение:

Учебно-издательский центр БГПУ.

Лицензия № 02330/0056897 от 30.04.04. 220007,

Минск, Могилевская, 37.