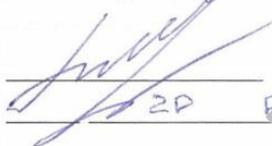


БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ МАКСИМА ТАНКА

Факультет психологии  
Кафедра социальной психологии

СОГЛАСОВАНО Заведующий кафедрой социальной психологии  Г.В.Гатальская 20 05 20 14 г	СОГЛАСОВАНО Декан факультета психологии  Г.Г.Дельков 20 05 20 14 г.
--	---

Рег. номер УМ 34-02 w 40 2014

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС  
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ»

для специальности 1-23 01 04 Психология  
специализация 1-23 01 04 02 Социальная психология

Составитель: Г.В. Максютя, старший преподаватель кафедры социальной психологии БГПУ

Рассмотрено и утверждено  
на заседании совета БГПУ 26 июня 2014 протокол № 9

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебно-методический комплекс по дисциплине «Политическая психология» предназначен для преподавателей и студентов БГПУ специальности 1-23 01 04 Психология со специализацией 1-23 01 04 02 Социальная психология.

**УМК включает:** пояснительную записку, теоретический раздел, практический раздел, раздел контроля знаний и вспомогательный раздел.

**Цель изучения дисциплины** заключается в формировании у студентов системы научных знаний политической психологии и практических приложений политической психологии в условиях формирования гражданского общества. Изучение политической психологии формирует гражданскую компетентность, как систему личностных смыслов и жизненную позицию в политике, а также компетенции психолога в осуществлении психологического сопровождения политического процесса.

### **Задачи изучения дисциплины:**

Сформировать систему научных знаний по междисциплинарному характеру политической психологии как отрасли современного научного политологического и психологического знания.

Заложить основы гражданской компетентности, раскрыть взаимовлияние научного знания и практики политического процесса.

Формировать и развивать умения и навыки социально-психологического исследования субъектов политического процесса.

Формировать и развивать умения и навыки социально-психологического консультирования субъектов политического процесса.

**Политическая психология методологически базируется** на таких дисциплинах, как общая психология, психология личности, социальная психология, политология, философская антропология, имиджелогия. В дальнейшем знания по политической психологии могут быть углублены изучением таких дисциплин как психология влияния, психология массовых коммуникаций.

В результате изучения дисциплины студент должен

### **Знать:**

Теоретические и методологические основания политической психологии.

Практические приложения современной политической психологии.

Психологические закономерности массовой политической социализации и становления политического сознания.

Социально-психологические особенности электорального поведения: мотивации и принятия решений в ходе голосования на выборах.

### **Уметь:**

Проводить теоретический анализ психологических проблем и ситуаций, возникающих в политическом процессе.

Проектировать прикладные разработки психологических аспектов политического процесса.

Осуществлять поиск информации для решения исследовательских и консультативных задач.

Формулировать и решать исследовательские и консультативные психологические задачи, возникающие в политическом процессе.

**Педагогические технологии и методы:** занятия выполняются в интерактивном режиме, т.е. в режиме постановки проблем и диалога преподавателя и студентов. В каждом занятии ставятся и кратко рассматриваются вопросы, раскрывающие контекст рассматриваемой темы. Проводится краткое обсуждение материалов прошлого занятия и осуществляется оперативный контроль знаний. Затем излагается основной материал, в ходе которого ставятся вопросы, разъясняются и систематизируются новые сведения. В ходе изучения дисциплины студенты должны сформировать систему научных знаний и научиться применять их в научно-исследовательской и консультативной практике. Для этого в изучение дисциплины включены ряд практико-ориентированных тем, отработка и закрепление которых планируется на семинарских занятиях в виде имитационных игр и в управляемой самостоятельной работе студентов.

Политическая психология для студентов дневной формы обучения рассчитана всего на 120 часов из них 64 часа аудиторных, 36 часов лекций, 24 часа семинарских занятий, 4 часа лабораторных.

Форма контроля — экзамен.

# МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

## 1 лекция Политическая психология в становлении гражданской компетентности личности

*Цель лекции – определить понятие ее значение гражданской компетентности, рассмотреть методические особенности изучения дисциплины, обеспечивающие эффективность формирования гражданской компетентности.*

- 1 Постановка цели изучения дисциплины
- 2 Структура гражданской компетентности
- 3 Мотивация изучения политической психологии
- 4 Креативность и интерактивность в изучении политической психологии
- 5 Технология минипроектов

### 1 Постановка цели изучения дисциплины

Самоактуализация специалистов социэкономической сферы является существенной предпосылкой эффективности и результативности профессиональной деятельности. Вместе с тем сведения, содержащиеся в научном знании, образующем предмет деятельности специалистов социэкономической сферы также играют существенную роль. Академический пафос политической психологии часто блекнет при столкновениях с актуальными вопросами политической практики. Политический психолог, хорошо зная позавчерашний день политической психологии США или Западной Европы, слабо ориентируется в политической психологии «здесь и сейчас». Данное противоречие может быть частично преодолено введением компетентностной модели в преподавание политической психологии.

Специфика компетентностной модели образования, состоит в том, что усваивается не «готовое знание», а организуется процесс формирования необходимого нового знания и рефлексии происхождения нового знания. В этом случае учебная деятельность становится исследовательской и интерактивной. Все предлагаемые инновации описаны в современной литературе по методике преподавания психологии, новизна заключается лишь в использовании инновационных методов в преподавании политической психологии.

Обычно преподавание дисциплины начинается с истории предмета. Но, применительно к практикоориентированным дисциплинам, а политическая психология относится именно к таким дисциплинам, целесообразно начать с целеполагания. Такой целью политической психологии может быть становление гражданской компетентности. Обсуждение в аудитории: что такое гражданская компетентность и каков ее смысл лично для студента, изучающего политическую психологию, актуализирует мотивацию изучения дисциплины, равно как и обретение опыта гражданской компетентности.

### 2 Структура гражданской компетентности

Гражданская компетентность как регулятор гражданского поведения, как и любого другого поведения, имеет основные структурные компоненты: мотивационные, эмоционально-волевые, когнитивные, коммуникативные и собственно поведенческие проявления. Разумеется, что компоненты разведены исключительно для нужд познания, в реальности все компоненты функционируют одновременно и неразрывно и представляют собой интеграцию побудительного и эмоционального, когнитивного, коммуникативного, деятельностного и креативного, объектного и личностного опыта.

Мотивационный и эмоционально-волевой компонент гражданской компетентности. Гражданская компетентность мотивирована ценностями личной политической идентичности и проявляется в желании участвовать в тех или иных политических мероприятиях. В первую очередь, участие в процедурах политического процесса гражданского общества: выдвижение кандидатов; создание и продвижение информационных материалов кандидатов и политической рекламы; принятие решений в голосовании на выборах и референдумах. К мотивации примыкает эмоционально-волевая сфера, которая обуславливает эмоции, связанные с участием в общественной и политической сферах.

### **3 Мотивация изучения политической психологии**

Мотивация участия в политическом процессе начинает свое формирование в преподавании политической психологии. Профессиональный интерес есть значимый фактор индивидуальной мотивации. Реализация индивидуализации заданий осуществляется следующим образом; до студентов доводится меню всех минипроектов которые предстоит осуществить в ходе изучения дисциплины. Каждый студент выбирает ту тему, которая представляет для него личный интерес, кому что интересно в политической психологии, тот и разрабатывает интересующую его тему. Активность, индивидуальная и групповая, самостоятельная и регламентированная системой менеджмента качества поощрялась эмоциональными проявлениями мнений и отношений в ходе обсуждений материалов минипроектов и самостоятельностью в ходе выполнения минипроектов.

Междисциплинарность и проблемность – как можно было бы назвать один из применяемых инновационных методов. Политика гражданского общества, безусловно, намного сложнее, чем любого другого политического режима и требует множество сведений из различных сфер знаний. Исследование психологических аспектов политического процесса и реальных политических проблем требует различных психологических парадигм и междисциплинарных знаний. Именно поэтому предполагается изучение политической психологии совместно с политологией, социологией, экологией, экономической психологией, психологией массовых коммуникаций.

Идти от проблемы и самому формировать новые междисциплинарные знания, было условием реализации минипроектов. Дефицитов информации в политической психологии вполне достаточно, чтобы отнести на рассмотрение любое количество проблемных ситуаций для выбора из которых студентам необходимо самим активно формировать новые знания. Для осуществления минипроектов нами были выбраны следующие темы, в которых отмечаются дефициты информации:

- политическая социализация;
- формирование политических идентичностей;
- отношение граждан к общественным объединениям;
- психология участия в политической коммуникации;
- моделирование ситуаций принятия решений в голосовании на выборах.

По каждой из обозначенных тем моделируется исследование, т.е. осуществляется поиск информации, собираются и обрабатываются эмпирические данные, составляется отчет и проводится обсуждение отчета.

### **4 Креативность и интерактивность в изучении политической психологии**

Весьма важную инновацию можно было бы обозначить: «Мы не заучиваем уже известные сведения, мы создаем новые знания». Цель любого образования – «образование» собственного суждения, умозаключения, из которых и складывается научное мировоззрение. Процесс компетентностного образования предполагает, что вывод не дается в готовом виде, он «вырабатывается» совместно в ходе дискуссий,

обсуждений и обоснования представляемых сведений. Интерактивный режим имеет особое значение для практикоориентированных психологических дисциплин, в которых смысл обучения заключается в формировании профессиональных умений и навыков и позволяет студенту осваивать роль коммуникатора, что практически во всех гуманитарных дисциплинах является одной из важнейших ролей. Интерактивный метод дает хорошие результаты для совершенствования мышления, принятия решений, творческого мышления, интуиции и креативности.

## **5 Технология минипроектов**

Технология минипроектов заключалась в следующем: имитировались ситуации политического процесса в гражданском обществе, собирался эмпирический материал, проводилась его обработка, составлялся отчет, затем проводилось обсуждение отчета в группе. Методами получения эмпирических данных были фокус-группы, имитации ситуаций и рефлексия действий осуществляемых в имитации ситуаций.

Имитация ситуаций, в частности имитация ситуации принятия решения в ходе голосования на выборах осуществлялась следующим образом. Вначале предъявлялись информационные материалы тех или иных выборов, затем предлагался студентам сделать выбор и наконец, проводилась фокус-группа с рефлексией процесса принятия решения. В данном случае обучение сводится к выполнению профессиональных действий, студенты имитируют и моделируют действия, которые им придется выполнять на рабочих местах данной профессии, т.е. анализировать действия избирателя в ситуации голосования на выборах.

Одним из основных методов получения новых эмпирических данных было проведение фокус-групп, позволяющее получить новый материал относительно самих студентов как участников политического процесса. По всем вышеозначенным темам проводились фокусированные интервью с группами вопросов от вопросов раскрывающих психологические аспекты исследуемых аспектов до вопросов, раскрывающих личное участие или отношение студента к исследуемому явлению.

Основой формирования опыта субъектов образования является рефлексия. Самоанализ необходимо ввести как обязательный компонент в деятельности всех участников образовательного процесса. Каждый студент должен задаваться вопросами: Почему? Зачем? Что отсюда следует? Чем это обусловлено? Какое место в этом отводится мне?

«Все что мы открыли, мы сообщаем и обсуждаем» - было нашей следующей инновацией. Каждая новая проблема рассматривается в группе из 2-3 человек, и полученные материалы доводится до всей учебной группы в ходе занятий. Еще одним из современных инновационных методов является обучение через сотрудничество. Обучение сотрудничеству имеет своей задачей не только эффективное усвоение учебного материала, но и выработку чрезвычайно важной способности воспринимать разные точки зрения, умение налаживать коммуникацию в малой группе, преодолевать конфликты в процессе совместной работы.

## **2 лекция Возникновение и развитие политической психологии**

*Цель лекции – сформировать систему научных знаний о возникновении политической психологии, об основных авторах и произведениях политической психологии о предмете и проблемах политической психологии.*

- 1 Участие психологов в Карибском кризисе
- 2 Когда произошла институализация политической психологии

3 Ключевые авторы и публикации первых политико-психологических исследований

4 Преподавание политической психологии

5 Что является предметом политической психологии

6 Прикладное значение политической психологии

7 Проблемы современной политической психологии

## **1 Участие психологов в Карибском кризисе**

Наиболее известным примером практического приложения политико-психологических знаний является работа группы американских психологов, удачно прогнозировавших в свое время поведение Дж. Кеннеди и Н.С. Хрущева в период урегулирования «карибского кризиса». Эти специалисты с американской стороны, консультировали ход прямых переговоров лидеров двух стран по так называемой «горячей линии» между Кремлем и Белым Домом. Именно им принадлежат ряд ценных рекомендаций, способствовавших урегулированию ядерного противостояния между двумя сверхдержавами.

## **2 Когда произошла институализация политической психологии**

В 60-е годы в США при Американской психиатрической ассоциации была создана группа изучения проблем международной политики. В этот же период термин «политическая психология» приобретает устойчивое значение. В 1970 году группа для изучения проблем международной политики была преобразована в Институт психиатрии и внешней политики.

Формально датой рождения западной политической психологии считается 1968 г., когда при Американской ассоциации политических наук возник «Исследовательский комитет по политической психологии». В том же году в Йельском университете начинается подготовка политологов по психологии. Собственно с конца 60-х начала 70-х происходит институализация политической психологии и оформляется политико-психологический дискурс.

В 1979 году на основе «Исследовательского комитета по политической психологии» было организовано International Society of Political Psychology (ISPP) Международное общество политической психологии. Это общество сразу начало издание своего журнала «Political Psychology» «Политическая психология». В настоящее время общество насчитывает около 1000 членов – психологов, политологов, социологов, психиатров и других специалистов из разных стран и публикации по политико-психологической проблематике появляются во всех престижных изданиях по политологии и психологии. В ISPP сейчас более 1000 членов практически со всех континентов. ISPP ежегодно проводит свои собрания, посвященные наиболее актуальным теоретическим проблемам.

В 1984 года годовичное собрание проводилось в Испании и рассматривало тему «Психологические аспекты политики изменения».

В 1995 года собрание проводилось в Вашингтоне и обсуждало тему «Национальное строительство и демократия в мультикультурных обществах».

В 1999 г. ежегодное собрание, созванное в Амстердаме, было посвящено теме «Глобальное или местное столетие? Конфликт, коммуникация, гражданство».

В 2001 г. ежегодное собрание, прошедшее в Куэрनावак (Мексика), было посвящено теме «Язык политики, язык гражданства, язык культуры».

В 2002 г. тема годовичного собрания: «Язык и политика».

В настоящее время в ISPP готовится новая коллективная монография, подводящая итоги развития политической психологии за последние десятилетия.

### **3 Ключевые авторы и публикации первых политико-психологических исследований**

Отсчет библиографии политической психологии, ведется с издания в 1973 году коллективной монографии «Руководство по политической психологии» под редакцией Джин Кнутсон. В «Руководстве» впервые делается обзор методологических подходов и методов исследования в политической психологии, рассматриваются проективные и экспериментальные методы, моделирование и метод психобиографического описания. Основные темы, рассматриваемые в «Руководстве»: личность в политике; политические установки; политическая социализация; политическое лидерство; агрессия и насилие; человек в контексте международной политики.

Хотя политическая психология получила действительно международное признание, большая часть исследователей живет и работает все же в США или Канаде. Назовем имена лишь нескольких крупных ученых, таких как М. Херманн, Р. Фигел, Д. Сирс, С. Реншон, Ф. Гринстайн, А. Джордж, Р. Такер, Дж. Пост, Б. Глэддинг, Кристи, С. Макфарланд, К. Монро и др.

В Европе существуют свои давние традиции анализа политико-психологических явлений. Серьезные работы в этой области изданы в Германии (А. Ашкенази, П. Шмидт, Г. Ледерер, Х.-Д. Клингеманн, Г. Мозер, Г. Мауер и др.), во Франции (А. Першерон, А. Дорна, С. Московичи), в Великобритании (Х. Хейст, М. Биллингс, А. Сэмюэль), а также в Финляндии, Голландии, Чехии, Испании, Польше и других странах. Хотя следует отметить, что европейские политологи — традиционно с определенным опасением относятся к иррационалистическим концепциям психологов (прежде всего, к психоанализу), с которыми они по преимуществу ассоциируют политическую психологию.

С 1979 года по 1982 год - в ФРГ выходят обобщающие исследования «Политическая психология» и «Политическая социализация».

В 1986 году опубликована «Политическая психология: современные проблемы и вопросы» под редакцией М.Херманн. М. Херманн выделила следующие позиции:

- биологические предпосылки политического поведения;
- политическая идеология и общественное мнение;
- психоистория;
- лидерство и восприятие политических лидеров массовым сознанием;
- психологические аспекты политических конфликтов;
- психология терроризма;
- политическая социализация;
- политическая психология в различных регионах мира.

В ней были обозначены некоторые основные направления исследований:

- в-первых, взаимодействие политических и психологических феноменов;
- во-вторых, объектом исследования должны стать наиболее значимые политические проблемы, к которым привлечено внимание общественности;
- в-третьих, следует уделять значительно большее внимание политическому и социальному контексту анализируемых психологических явлений;
- в-четвертых, необходимо изучать не только результат тех или иных психологических воздействий на политику, но и пытаться понять процесс формирования тех или иных политических убеждений;

и, наконец, в-пятых, современные политические психологи стали гораздо более терпимыми к методам сбора данных и исследовательским процедурам, полагая, что методологический плюрализм — неизбежное явление на нынешнем этапе развития теории.

В развитии фундаментальных и прикладных основ политической психологии особую роль сыграли американские ученые: С. Хайман, Дж. Барбер, Э. Харгроув, К.Дойч, Т. Алмонд, Г.Е. Киссинджер, В. Одайник, Р. Таккер, Л. Эдингер и др.

На русскоязычном пространстве следует выделить исследователей С.А. Анисимов, Г.К. Ашин, Н.И. Бирюков, Ф.М. Бурлацкий, СИ. Васильцев, П.П. Гайденок, А. Галкин, Ю.Н. Давыдов, Г.Г. Дилигенский, Е.В. Егорова, В.Г. Зазыкин, А.Н. Жмыриков, Н.М. Кейзеров, А.Г. Ковалев, А.А. Кокорев, В.С. Комаровский, О.В. Крыштановская, Е.С. Кузьмин, Д.В. Ольшанский, Э.Н. Ожиганов, Б.Д. Парыгин, А.Ю. Панасюк, Н.П. Пищулин, СВ. Рогачев, К.Х. Шахназаров, Е.Б. Шестопал, А.И. Юрьев и др. Особый интерес представляют работы К.А. Абульхановой-Славской, О.С. Анисимова, А.А. Бодалева, А.А. Деркача, Е.А. Климова, И.С. Кона, И.Т. Левыкина, Б.Д. Парыгина, Б.Ф. Поршнев, А.С. Уледова, Е.А. Яблоковой и др., посвященные методологическим проблемам изучения общественной психологии и акмеологии.

#### **4 Преподавание политической психологии**

О состоянии науки во многом можно судить по тому, как и кому она преподается. В 90-е годы в 78 университетах читалось более 100 курсов политической психологии. Преподавание ведется как для студентов-политологов, так и для психологов. В государственном университете штата Огайо ежегодно проводятся летние школы для молодых ученых, которые специализируются в области политической психологии, — начиная с 2002 г. такие школы организовались в Европе (в Варшаве).

В 1993 году образовалась Российская ассоциация политических психологов, которая является коллективным членом ISPP. На современном этапе политическая психология может быть представлена как самостоятельная наука. В соответствии с Постановлением ВАК Минобразования России 2003 года политическая психология как научная дисциплина представлена в рамках социальной психологии.

#### **5 Что является предметом политической психологии**

Формирование политической реальности в значительной мере детерминировано психологией человека и групп и, следовательно, необходимо изучать психологические воздействия на политику. Предмет политической психологии - анализ психологических процессов, особенностей, ситуаций и механизмов, детерминирующих политику. В свою очередь, политика формирует те или иные политические предпочтения, убеждения и способы принимать решения человеком, что также является предметом политической психологии.

Такое понимание предмета политической психологии в целом достаточно эвристично и позволяет рассматривать политическую психологию как сферу исследования, а не самостоятельную дисциплину. Политическая психология составляет единое исследовательское поле с такими основными научными областями, как общая, социальная, историческая, этническая, экономическая психология с одной стороны, и политология, политическая экономия, политическая социология, политическая философия — с другой.

Многие работающие в данной сфере, часто предпочитают считать себя социологами, политологами или политическими философами. Вместе с тем ответы на многие вызовы современности лежат скорее в области психологического знания, нежели какого-либо другой.

Смена парадигм, происходящая в психологии и расширение исследовательских тем и проблем политической психологии, позволили использовать различные сочетания теоретических концепций, методологических подходов и методический инструментарий.

**6 Прикладное значение политической психологии** - консультирование в процессе принятия политических решений и разработка практических рекомендаций по оптимальному осуществлению политической деятельности на всех уровнях: граждан, общественных объединений, политических партий, властных структур.

Практические приложения политической психологии могут быть разделены на три значительные области:

проектирование и реализация политических мероприятий, также в первую очередь психологическое обеспечение проектирования и реализации избирательных технологий,

психологические основания налаживания текущей внутрипартийной и внешней коммуникации, психологические аспекты организации и координации деятельности аппарата политических партий, общественных организаций

психологические основы организации принятия групповых решений: мозговые штурмы, групповые дискуссии, имитационные и ролевые игры, рефлексия деятельности политиков лидеров и функционеров.

Психолог в политическом маркетинге, имиджологии и имиджментинге обычно решает такие задачи как:

формирование команды кандидатов идущих на выборы,

анализ и исследования «человеческого фактора» в политике в частности

исследование избирателей в округах с применением психологического инструментария, мониторинг и прогноз политического поведения элиты и массового электорального поведения;

психологическое консультирование по политическим вопросам;

анализ психологических механизмов политики и выработка практических рекомендаций по оптимальному осуществлению политической деятельности на всех уровнях.

### **7 Проблемы современной политической психологии**

Наиболее активно исследуются политические проблемы, к которым привлечено внимание общественности. Вместе с тем одной из важнейших функций науки является прогноз. Однако практически ни один прогноз мирового политического развития не осуществился.

Прогноз политического развития осложняется тремя факторами.

Во-первых, особое влияние на ход политических событий оказывают спонтанные личные решения политических лидеров.

Во-вторых, возникают ситуации, которым не было аналогов в прошлом и опыт не может быть использован.

В-третьих, столкновение интересов различных групп, достижение компромисса между которыми уже в свое время невозможно.

### **3 лекция Психология политической социализации**

*Цель лекции – сформировать систему научных знаний об этапах, агентах и механизмах политической социализации, о политической социализации как обретении политической идентичности и формировании гражданской компетентности личности.*

1 Понятие политической социализации

2 Этапы и агенты первичной политической социализации

3 Этап Политизация

4 Этап Персонализация

5 Этап Идеализация

6 Этап Институционализация

#### **1 Понятие политической социализации**

Введение в научный оборот понятия «политическая социализация» принадлежит Д. Истону и Г.Г. Хайману. Первая работа о политической социализации, книга Г.Хаймана «Политическая социализация» вышла в США в 1959 г.

Политическая социализация рассматривается как процесс включения человека в политическую систему. Политическая социализация личности двусторонний процесс. С одной стороны, личность испытывает на себе воздействие различных агентов политической социализации, а с другой - гражданин, по мере социализации, становления гражданской компетентности и обретения опыта политического участия, человек сам становится в состоянии влиять на политическую жизнь общества и изменять ее в соответствии со своими интересами, ценностями, установками, предпочтениями.

Становления человека как гражданина требуется освоения системы политических идей, в которые гражданин может верить, ценностей, установок и норм функционирования политики и власти. В результате политической социализации формируется политическое сознание личности и формируется личный опыт политического участия в виде политического общения и принятия политических решений.

Гражданская компетентность как основной результат политической социализации предполагает включение человека в политическую коммуникацию, общение на политические темы и способность интерпретировать политические события. Гражданская компетентность предполагает также усвоение человеком роли избирателя и умение принимать политические решения на выборах в ходе голосования.

## **2 Этапы и агенты первичной политической социализации**

Так же как и общий процесс социализации, — политическая социализация проходит поэтапно, по стадиям, что обусловлено возрастными изменениями личности. На разных этапах развития личности и социализации на первый план выдвигаются различные агенты в зависимости от факторов, обуславливающих политическую социализацию.

Социализация как явление и функция общества носит противоречивый, сложный, разнонаправленный характер. Она осуществляется как целенаправленными, контролируруемыми действиями - через воспитание в семье и особенно в школе, так и посредством стихийных, спонтанных влияний со стороны разных социальных институтов и факторов. Следует обратить внимание на тот факт, что институты создаются для осуществления совершенно определенных функций. Институт несет ответственность перед обществом и другими государственными институтами за ненадлежащее исполнение функций. Процесс социализации достаточно стихийен, в нем не возможно выделить, кто является субъектом, а кто объектом, что являлось воздействием, каковы цели и намерения этого воздействия, какие методы воздействия применялись и т.п. Поэтому в психологии социализации используется термин «агент». Вместе с тем частью социализации является воспитание, которое как раз имеет все выше перечисленные характеристики.

Агенты политической социализации: семья, школа и другие образовательные учреждения, общественные организации, разного рода неформальные социальные группы, в подростковом возрасте - подростковые группы, средства массовой информации, учреждения культуры, церкви.

В современном обществе процесс политической социализации начинается уже в первые годы жизни. Речь, конечно, не идет об освоении политических понятий или ролей. Но уже в первые годы жизни ребенок знакомится с конфигурацией властных отношений в семье, что в последствии скажется на восприятии этим человеком власти в государстве.

Первичная политическая социализация характерна для детского возраста. С началом школьного обучения начинается новая стадия политической социализации. В любой политической системе (авторитарной или демократической) школа является одним из важнейших институтов политического воздействия на будущих граждан. Через учителей и учебники, детские и юношеские политические организации, через неформальные объединения и другие факторы ребенок приобщается к политическим идеям.

Американские политологи Д. Истон и Дж. Деннис полагают, что она начинается уже с 3 лет. При этом базовые детские впечатления играют важную роль в рассматриваемом процессе. Они связаны с началом социальной идентификации ребенка и удерживаются наиболее прочно. Выделяются четыре фазы политической социализации личности с 3 до 13 лет.

**3 Этап Политизация** — характеризуется непосредственным восприятием политической жизни, осуществляемым в процессе взаимодействия с родителями и близкими людьми. Важнейшим агентом социализации на этом этапе является родительская семья и ближайший круг общения ребенка. Дети подражают родителям во всём: в манерах, речи, интонациях, одежде, занятиях. Конечно, занятия ими могут воспроизводиться, с чисто внешней стороны, но одновременно дети усваивают вкусы, отношения, способы поведения и чувствования родителей. Очень ярко это проявляется в ролевых играх дошкольников, особенно при игре в «семью». Ребенок формирует свое восприятие на основе их суждений и чувств по вопросам политической жизни. Этот этап охватывает раннее и дошкольное детство. Дети подражают родителям во всём: в манерах, речи, интонациях, одежде, занятиях. Конечно, занятия ими могут воспроизводиться, с чисто внешней стороны, но одновременно дети усваивают вкусы, отношения, способы поведения и чувствования родителей. Очень ярко это проявляется в ролевых играх дошкольников, особенно при игре в «семью». На социализирующую функцию семьи оказывает влияние ряд факторов: социальное и материальное положение, род занятий и образование родителей, эмоционально-нравственная атмосфера в семье, в том числе мировоззрение, ценности. Особую роль играет воспитательная деятельность родителей. Имеет значение и тип семьи. Поэтому так велика ответственность семьи за воспитание.

К 3 — 4 годам ребенок приобретает первые сведения собственно о политике. В дошкольном учреждении происходит знакомство ребенка с официальными политическими ценностями, транслируемым через детскую литературу, песни, праздники и т.д. С этого момента процесс социализации уже идет со встроенным в него процессом политического воспитания.

**4 Этап Персонализация** — ребенок персонифицирует политическую власть. Политическая система оживает и олицетворяется для ребенка через определенные политические «лица» и фигуры, принадлежащие к власти, например, президента страны, полицейского, которых он часто видит на экране телевизора или на улице. В результате социализации на этой стадии у ребенка складывается определенное представление о том, как следует вести себя по отношению к представителям власти.

Этот этап охватывает школьное детство. С началом школьного обучения начинается новая стадия политической социализации и воспитания. В любой политической системе школа является важнейшим институтом политического воспитания и формирования гражданской компетентности будущих граждан. Учителя и учебники, детские и юношеские политические организации, общественные объединения знакомят школьника к политическим идеям. Агентами социализации помимо выше указанных, являются ровесники, друзья, группы сверстников. На этой стадии усиливается молодежной субкультуры в целом с ее особым языком, символами, ценностями, которые нередко противоречат ценностям «взрослой» политики.

Молодежная субкультура - система ценностей и норм поведения, вкусов, форм общения, отличная от культуры взрослых и характеризующая жизнь подростков, молодежи примерно от 10 до 20 лет. Субкультура молодежи играет противоречивую роль и оказывает столь же неоднозначное влияние на подростков. С одной стороны, она отчуждает, отделяет молодежь от всеобщей культуры, с другой - способствует освоению ценностей, норм, социальных ролей. Проблема в том, что ценности и интересы молодежи

ограничены в основном сферой досуга: модой, музыкой, развлекательными мероприятиями, часто малосодержательным общением.

**5 Этап Идеализация** заключается в том, что тем фигурам, которые наиболее важны и заметны в политической жизни, приписываются только позитивные качества и свойства, т.е. они идеализируются. Поэтому личность готова к добровольной политической поддержке представителей власти. Юношеский этап политической социализации характеризуется включением новых агентов. Этот этап первичной социализации приходится на подростковый возраст, в котором все большее влияние на личность оказывают подростковые референтные группы, т.е. группы, на которых человек ориентирует свое поведение, прежде всего, это сверстники и ближайшее окружение.

На этом этапе усиливается влияние неформальных групп. Неформальные объединения молодежи группы сверстников, объединенных интересами, ценностями, симпатиями. Они есть в формальных группах - классных коллективах, наряду с официальной структурой класса есть группы на базе межличностных отношений. Неформальные группы возникают обычно не в классе, не в деловых отношениях, а наряду с ними и вне школы. Они играют важную роль в жизни подростков, удовлетворяют их информационные, эмоциональные и социальные потребности, дают возможность узнать то, что не говорят взрослые, обеспечивают психологический комфорт, учат выполнению социальных ролей. Замечено, что чем меньше школьник вовлечен в официальные структуры, тем больше он стремится в "свою компанию", что говорит о потребности в развивающих контактах, признании ценности своей личности.

Осуществляется политическое самосредопределение, которое происходит уже не как пассивное впитывание семейных ценностей, а как самостоятельный выбор позиции. На этом этапе чрезвычайно расширяется круг лиц, из которых выбирается образец - объект идентификации. Им может стать руководитель компании, учитель, просто знакомый взрослый.

**6 Этап Институционализация** - время накопления политического опыта и представлений, по мере усложнения образа политической картины мира осуществляется переход от персонализированного представления о власти и политики к надличностному, институциональному уровню.

До возникновения и развития средств массовой коммуникации содержание массового сознания формировалось фольклором. В XX в. главным организатором массового сознания стала массовая культура, а в тоталитарных обществах - пропаганда. И фольклор, и пропаганда и массовая культура имеют одну и ту же структуру. В любом произведении есть герои и иные персонажи, известный современник или герой прошлого. Они имеют определенные образы и авторитетность. Такой авторитет, объект поклонения или подражания, дает образцы поведения, интерпретации и систему ценностей. Такие личности-примеры представляют различных политиков как образцы для «делания жизни» молодым человеком. В ряде стран на этом этапе все более важным социализирующим фактором становится церковь.

Формируется осознание политической системы как сложного образования, включающего государство, партии, органы правосудия, полицию и т.д.

#### **4 лекция Политическое сознание: уровни и психологическая структура**

*Цель лекции – сформировать систему научного знания о понятии политического сознания, эмпирических характеристиках, уровнях функционирования.*

- 1 Сознание как интроспективное сознание
- 2 Интенциональность и непрерывность сознания

- 3 Сознание есть со-знание, совместное знание
- 4 Сознание – имеет различные уровни осознанности
- 5 Уровни политического сознания
- 6 Менталитет как основание политического сознания
- 7 Собственно индивидуальное политическое сознание
- 8 Идеология как научная рефлексия группового политического сознания

**1 Сознание может рассматриваться как интроспективное сознание** – то есть способность отдавать себе отчет в том, что происходит во внешнем мире. Политическое сознание – знания, информированность, сведения о тех или иных политических реалиях.

Особый признак сознания выделять себя и относиться к себе, иметь самосознание. Эта сфера политического сознания воплощена в политическом самоопределении, политической идентификации. Самоопределение – идентификация с идеологией, партией, объединением. Самосознание невозможно без идентификации и ощущения собственной аутентичности.

**2 Интенциональность и непрерывность сознания** – направленность на объект, перемещение фокуса внимания, что обеспечивает единство и знание феноменов нашего опыта. Во-первых, если события обыденной жизни переживаются непосредственно, то политические события представлены исключительно и преимущественно средствами массовой коммуникации. Сознание обеспечивает непрерывность существования, события не только отделяются сознанием одно от другого, но и связываются в единую цепь бытия и опыта. Каждое событие соотносится сознанием с происшедшими ему событиями, и все они идентифицируются как принадлежащие одному и тому же Я. Сознание позволяет человеку прогнозировать, предвосхищать ход событий, ставить цели, проектировать деятельность и предвидеть последствия своих действий. Все эти действия относительно внешнего мира возможны только в том случае, если сознанию представлена картина потребностей, мотивов и интересов, интенций, эмоций и чувств человека. В обыденной сфере жизни человек не отчужден от собственной жизни, включение в политическую коммуникацию и действия, для большинства людей явление редкое.

Не включенность в непосредственное политическое участие и отсутствие переживаний по этому поводу – нормальное состояние человека, разумеется если он не является представителем власти и политиком. Следовательно, актуализация политического сознания и опереживание политическим событиям невозможны без их представления. СМЖ аналогичны их полному отсутствию. Интенсивная же презентация некоторых событий, позволяет оценить данные события как значимые. Направленность – участие в политическом процессе дает в сфере удовлетворенности, осведомленности, эмоционального комфорта Мотивация – готовность действовать в политической сфере, участвовать или не участвовать в тех или иных политических мероприятиях. Возможность оценивать полезность той или иной политической деятельности.

**3 Сознание есть со-знание, совместное знание** — знание, приобретаемое совместно с другими в процессе коммуникации, общения об объекте познания.

Результатом политической социализации является политическое сознание.

Во-вторых, увиденные или услышанные события могут быть поняты, если будут обсуждены в своем окружении на доступном языке, в системе понятий и оценок, которыми человек привык оперировать. Если для интерпретации события не найдется подходящих средств выражения, то и этот случай аналогичен отсутствию политических событий. Различия между обыденной жизнью и политической те же – события личной жизни постоянно обсуждаются и интерпретируются любым и каждым, политической

лишь иногда и далеко не всеми. Коммуникация – включение в каналы СМИ политической тематики, межличностное общение и на политические темы.

**4 Сознание – имеет различные уровни осознанности, отчетливости, ясности.** Существует фокус сознания, то, что в данную минуту ясно и четко осознается. Вместе с тем что-то в данную минуту не осознается, но может быть осознано. Причем это касается не только воспоминаний, но и множества умозаключений, которые не делались вовсе не потому, что принципиально недоступны сознанию, а по причине их не востребованности. Этот уровень легко актуализируется сознанием, для этого требуется лишь перемещение фокуса сознания. Некоторое содержание нашего Я относится к бессознательному и практически никогда не может быть осознано.

В-третьих, воспринятые события могут быть запомнены и стать поводом для индивидуального политического поведения, если окажутся ассоциированными с содержанием жизни личности.

#### **5 Уровни политического сознания**

Также как и в обыденном сознании можно выделить различные уровни осознанности политической реальности.

Политическое сознание может существовать как индивидуальное, групповое, массовое. Об уровнях также можно говорить, подразумевая, что существует ментальность, которая отражает в том или ином виде политическую реальность, собственно политическое сознание те мысли, чувства и действия которые тот или иной человек осуществляет относительно политической сферы жизни и идеология, четкая рефлексия относительно политической сферы выполненная специалистами и транслируемая СМИ.

Индивидуальное политическое сознание, т.е. сознание человека, есть способность воспринимать политические события, интерпретировать их, хранить в своей памяти и относительно целеустремленно действовать в политическом плане. Уровень индивидуального политического сознания проявляется в политическом участии и, в свою очередь, политическое участие продолжает формирование политического сознания. В ходе политического участия человек не только усваивает абстрактные политические понятия, но и приобретает собственный опыт политического участия.

Групповое, стихийное политическое сознание – стихийные фрагментарные мнения относительно политических событий и персон тех или иных групп людей. Процесс формирования почти не осознаваем, в ходе которого на политическую сферу переносятся некоторых сведения, не сформированные в ходе политической социализации.

#### **6 Менталитет как основание политического сознания**

Менталитет (лат. mens, mentis — ум и alis — другие) — характерная для конкретной культуры (субкультуры) специфика видения и понимания, оценивания и переживания, обусловленная не личным опытом и сознанием, а имеющая групповой и бессознательный характер. Менталитет характеризует психологические особенности больших общностей людей (этносов, наций, различных социальных слоев), живущих в определенный исторический период.

Ментальность - способ видения и интерпретации мира, картина мира, в котором мысль не отделена от образов и эмоций, устойчивые интеллектуальные и эмоциональные особенности, присущие тому или иному индивиду как представителю некоторой группы.

Понятие менталитет описывает некоторую практически не изученную территорию психики, которая простирается между сферой индивидуального сознания и глубинами бессознательного. Если содержание сознательного личного опыта, сформировано в ходе социализации, то многие сведения обусловлены некоторыми структурами, для описания которых наиболее подходят понятия архетипа и коллективного бессознательного.

В отличие от ментальности, ограниченной определенными пространственно-временными (эпоха, период, регион, государство, этническая территория) и социокультурными (реально существующие общности и личности) рамками, архетип носит всеобщий характер, независимо от времени и места. Ментальность выражает свое архетипическое содержание посредством культуры.

Когда речь идет о политическом сознании, следует учитывать, что многочисленные сведения необходимые для интерпретации политических событий, оценок и принятия решений, вычерпываются не из содержания политического сознания, сформированного в ходе адекватной политической социализации, а из ментальности. Стихийные фрагментарные мнения относительно политических событий и персон, тем или иных групп людей и идей могут быть почти не осознаваемы, в этом случае на политическую сферу переносятся некоторые сведения, не сформированные в ходе политической социализации, а сложившиеся совершенно в иных сферах жизни.

Множество граждан могут не иметь политического сознания адекватного политической реальности, в которой они проживают, но не иметь ментальности не могут.

### **7 Собственно индивидуальное политическое сознание**

Политическое сознание может рассматриваться как индивидуальное политическое сознание, групповое и массовое.

Понятие «политическое сознание» имеет ряд значений. Политическое сознание может трактоваться как массовое, общественное сознание. Политическое сознание может пониматься как результат рефлексии, выраженный в идеологии, а может пониматься и как обыденное, стихийное, аналогичное понятию ментальность.

Индивидуальное политическое сознание трактуется как способность воспринимать политические события, интерпретировать их, хранить в своей памяти и относительно целеустремленно действовать в политическом плане. Уровень политического сознания проявляется в политическом участии и, в свою очередь, политическое участие продолжает формирование политического сознания. В ходе политического участия человек не только усваивает абстрактные политические ценности, но и приобретает собственный опыт политического участия. Политическое сознание преобразует образы, роли, нормы и ориентации, существующие в обществе в собственные политические ориентации, установки, предпочтения и отвержения, все это становится как содержанием его политического сознания, так и поведением в сфере политики.

Первые исследования общественного мнения относительно политических событий и персон, проводимые социологами и были началом изучения политического сознания. В рамках политической психологии как академической дисциплины на русскоязычном пространстве изучением политического сознания занимались Андреев А.Л., Елизаров С.А., Калина Н.С., Канашевич Н.М., Ольшанский Д.В., Черный Е.В., Шестопал Е.Б., Шоркин А.Д.

### **8 Идеология как научная рефлексия группового политического сознания**

Любой человек и любое общество устроены так что никто не может себя почувствовать полностью удовлетворенным. Малоимущее угнетаемы страхом завтрашнего дня, богатые – страхом потери. молодые страхом плохих перспектив, пожилые – их отсутствием, и т.д. Разные группы общества всегда имеют различающиеся интересы и возможности. И как бы ни был совершен политический процесс он никогда не создаст условия для реализации всех интересов, часть из которых неизбежно будет ущемляться. Для того чтобы смягчить незавидную участь тех, чьи интересы в наименьшей степени реализованы и разделить ответственность за происходящее, между властью и иными обстоятельствами истории в социум встроен эффективно действующий посредник — идеология.

Содержательно идеологией является картина потребного будущего, продуцируемая обобщением базовых ценностей культуры, концепцией мира, в котором человек хотел бы жить, где его достоинство было бы воплощено, а надежды и чаяния – реализованы. Идеология претендует определять смысложизненные ориентации граждан, т.е. торжество идеологии это тогда когда каждый отдельный гражданин интерпретирует бытие в мире и свое собственное также как и в идеологии. Важно отметить, что идеология может так и не называться. Существует множество учений призванных обеспечить смысложизненные ориентации человека. Но учения, касающиеся политики и власти относительно больших социальных групп получили название идеологий. Идеология представляет собой систему идей, социально-политических ценностей, теоретическое осмысление политики и власти, в которых отражено понимание отношений и потребностей социальных групп и слоев, национальных образований, содержатся цели социальной деятельности и средства достижения этих целей.

Идеология уравнивает такие противоречивые основы, как справедливость и свобода, демократия и неизбежность власти, равенство и льготы, стабильность и изменения, и многие другие. Смысл идеологии объединяется в политическом процессе разных ее участников, на основе идеологии разрабатываются программы, доктрины, концепции конкретных политических действий, кампаний, проектов развития страны.

Исследования массового политического поведения показывают, что только незначительное число людей в разных странах и политических системах руководствуются в своем поведении идеологическими соображениями. Наиболее распространенный способ выявления данного уровня политического сознания – анализ документов политического характера, исходящих от политической элиты.

## **5 лекция Психологическая идентификация и политические идентичности**

*Цель: сформировать систему знаний о явлении психологической идентификации и политических идентичностях, об агентах, типах и механизмах политической социализации*

- 1 Идентификация в структуре когнитивной организации человека
- 2 Политическая идентичность
- 3 Политическая идентичность межличностного уровня
- 4 Идентификация с политическими идеологиями и сообществами
- 5 Философские и ментальные основания политической идентичности

### **1 Идентификация в структуре когнитивной организации человека**

Основными процессами, посредством которых человек принимает и перерабатывает информацию, поступающую из вне, являются ощущение и восприятие, представление и воображение, мышление и речь.

Рассмотрение проблем идентичности неразрывно связано с пониманием идентификации как части такого психического процесса как восприятие и психологического механизма сравнения стимула с эталонами, образцами и их опознания. Идентификация рассматривается как сравнение воспринимаемого с неким образцом, сопоставления стимула с чем-то, что содержится в некоем хранилище образов, т.е. памяти.

В теории образов восприятия было выделено такое свойство образа как категориальность, которая характеризует принадлежность объекта к некоему классу, группе, категории. Психология восприятия свидетельствует, что процесс идентификации (опознания, узнавания) воспринимаемого объекта осуществляется постоянно.

**ИДЕНТИФИКАЦИЯ** (перцептивная) (англ. perceptual identification) — один из видов перцептивного действия; является промежуточным звеном между актом различения и опознанием; состоит в сличении 2 объектов или в сличении воспринимаемого объекта с

эталон, записанным в памяти, и установлении их тождества или различия. Идентификация всегда предполагает дихотомическое разделение всей совокупности сигналов на класс сигналов, тождественных эталону по всем признакам (положительная идентификация), и на класс сигналов, не тождественных эталону хотя бы по 1 признаку (отрицательная идентификация). По данным Т. П. Зинченко (1981), отрицательная идентификация осуществляется с большей скоростью и точностью по сравнению с положительной. Это объясняется тем, что для положительной идентификации необходимо установление тождества сигналов по всем опознавательным признакам, в то время как для отрицательной идентификации достаточно установление различия между ними хотя бы по 1 признаку.

Благодаря идентификации происходит распознавание образов, образование обобщений и их классификация, анализ знаковых систем и пр.

## **2 Политическая идентичность**

Политическая идентичность является одной из многих социальных идентичностей человека. Социальные идентичности, в том числе и политические, формируются в процессе соотношения субъектом себя с определенной социальной позицией на основе рефлексии. В ходе социализации человек устанавливает контакты с носителями тех или иных политических идентичностей, воспринимает роли и ожидания, связанные с той или иной политической позицией, осваивает поведение в тех или иных политических ситуациях.

Политическая идентичность является основным содержанием политического сознания и основной детерминантой политического поведения. Благодаря политической идентичности граждане и образованные из них группы становятся субъектами политических отношений и политического процесса.

Разумеется, гражданин, как взрослый человек обладает множеством идентичностей, каждая из которых актуализируется в тех или иных обстоятельствах. Говоря о политической идентичности, имеются в виду политические обстоятельства. Множество политических идентичностей встраивается в иерархию, некоторые идентичности оказываются более значимыми поведенческими детерминантами, другие занимают подчиненный характер.

Несмотря на то, что понятие политической идентичности вошло в академический и практический анализ есть различия в понимании. Первый подход может быть обозначен как институциональный. С этой позиции, политическая идентичность связана с группами и институтами, непосредственно участвующими в политике: партиями, структурами администрирования гражданством, т.е. непосредственно с осуществлением власти и властных отношений. В данном случае точкой отсчета является шкала «правый – левый».

Второй подход к пониманию политической идентичности связан с признанием того факта, что самоопределение может выражаться в разного рода стихийных и не совсем осознанных идентификациях. В поле политического попадают идентичности, которые изначально не были политическими, но защита которых требует участия в политике.

Например, во включении индивида в нестабильные политические группы косвенным и частичным образом: через перехват отдельных лозунгов, оценок, сценариев и стереотипов поведения и т. п. Говоря о политизированной идентичности, часто сложно определить точку отсчета. Таким образом, в рамках второго подхода к политической может быть отнесена как институциональная политическая идентичность, так и неполитическая идентичность в результате политизации.

Политическая идентичность, как и любая другая идентичность, предполагает процесс идентификации гражданина как его самоопределения относительно политических лидеров, политических сообществ, их политических идей и программ и философских оснований образующих ответы на ключевой вопрос смысла «что такое хорошо и что такое плохо?».

## **3 Политическая идентичность межличностного уровня**

Люди, формируя свою политическую идентичность, отождествляют себя с другими людьми и как предполагаемыми партнерами по общению, и как носителями определенных властных идей и действий. Становление политической идентичности на основе межличностного выбора происходит быстро, легко и практически не осознается, так как опыт межличностного выбора формируется с раннего детства и не требует никаких интеллектуальных усилий.

Межличностный выбор осуществляется, как правило, на эмоциональных основаниях и ему присуща проекция, приписывание качеств, намерений, переживания предполагаемому партнеру по общению.

#### 4 Идентификация с политическими идеологиями и сообществами

Субъектом социальных отношений, занимающим определенную социальную позицию, может выступать не только индивид, но и социальная группа, которая имеет собственную идеологию. Политические сообщества, чаще всего это политические партии, должны не только иметь свои уникальные атрибуты, но и иметь возможность и желание присутствовать в массовой коммуникации.

Острой является проблема идентификации граждан с определенными идейно-политическими направлениями, представителями определенных идеологических течений. Наиболее часто для характеристики такой политической идентификации используется шкала «левый-правый». Шкала «левый-правый» один из наиболее часто применяемых инструментов анализа политических идентичностей. Данная шкала традиционно применяется для описания структуры политического пространства: позиций различных политических сил, политических предпочтений избирателей и т.д. Деление на левых и правых имеет достаточно длительную историю: во время Великой французской буржуазной революции данные слова применялись для характеристики идеологической позиции политических сил. Левыми обычно называли тех, кто выступал за социальные перемены, равенство и социальную справедливость, правых – тех, кто был сторонником status quo, выступал с поддержкой ценностей индивидуализма, частной собственности, против социального равенства.

Процесс изучения политической идентичности граждан и отдельных политических сил с применением данной шкалы включает в себя несколько составных частей.

Во-первых, это определение идеологических позиций той или иной политической силы (например, партии) с помощью анализа программ, заявлений, выступлений лидеров.

Во-вторых, это определение позиции политической силы по отношению к другим политическим силам (при этом важным является то, как себя позиционирует данная политическая сила и как позиционируют другие политические силы).

В третьих, это выявление образов левых и правых в общественном сознании и идентификация определенной политической силы с левыми или правыми.

В четвертых, это самопозиционирование граждан на оси левый-правый.

Следует, однако, учитывать, что универсальность данного инструмента, а также адекватность предмету исследования составляет большую проблему. Дело не только в том, что многозначность и изменчивость (в зависимости от страны, времени и т.п.) понятий «левый» и «правый» ставит под вопрос корректность применения этой шкалы в целях сравнения, но и в том, что современные тенденции в массовом сознании, в эволюции партийно-политических систем значительно осложняют описание политического пространства с помощью этой шкалы.

Данные тенденции наиболее отчетливо наблюдаются в странах с традиционно высокой поляризацией политического пространства, где раньше преобладала так называемая «революционаристская» культура политической борьбы (например, Франция, Италия). Так, например, число французов, считающих устаревшим деление политического сообщества на левых и правых, выросло с 33% в 1981 г. до 46% в 1986 г. В 1990 г. процент французов, считающих, что разделение на левых и правых утратило свое значение для определения политических позиций партий и политиков, достиг 56% (против 36%) [27].

Идеологии стран развитой демократии по многим вопросам становятся все более размытыми, происходит сдвиг к центру в сознании граждан, замещение проблем социальных перемен, равенство и справедливости, или ценностей индивидуализма и частной собственности, проблемами экологической и криминальной безопасности. Все это часто приводит к отказу опрашиваемых идентифицировать себя по шкале левый-правый.

Вместе с тем, ряд исследователей, принимая во внимание отмеченные тенденции, а также возникновение новых ценностных и политических расколов («постматериалистических»), отмечают, что деление на левых и правых в целях исследования до сих пор остается правомерным. Это объясняется тем, что понятия «левый» и «правый» являются «обобщенной характеристикой позиции людей» по важным вопросам [28], выступают своеобразными лейблами политической идентификации. Кроме того, как показывают результаты социологических исследований, идентификация на оси левый-правый до сих пор значительно коррелирует с ценностными ориентациями и политическими установками граждан, обусловленными различного рода социальными расколами в обществе [29]. При этом, такая корреляция наблюдается не только с традиционными ценностями, но и с «постматериалистическими». Как справедливо отмечает Р. Инглехарт, изменение социальной и политической проблематики, выражается в появлении новых политических расколов, дополняющих старое деление на левых и правых, базирующееся на классовых и религиозных факторах. Делением на новых левых и новых правых [30]. Таким образом, с известными оговорками шкала левый-правый может рассматриваться как один из возможных инструментов исследования политической идентичности жителей стран развитой демократии.

Пример шкалы «левый-правый» наглядно свидетельствует о том, что исследовательские инструменты, выработанные в рамках зарубежной политической науки, нуждаются в уточнении и адаптации при использовании их для изучения российских политических реалий. Зачастую, политические партии не имеют ни четких политических программ, ни определенных силей действий, объясняя это тем, что это все равно никому не интересно.

Следует отметить, что данная ось не отражает реальной структуры политического пространства, ни в Европе, где зародилась и где в настоящий момент постоянно идет процесс сближения позиций политических партий. Тем более не подходит данное деление на постсоветском пространстве, куда эта «линейка» была импортирована в начале 90-х и где в массовом сознании вообще нет никаких образов левых и правых.

##### 5 Философские и ментальные основания политической идентичности

Отсутствие ясности для массового сознания в политической сфере, не приводит к катастрофическим последствиям, т.к. общим основанием понимания в коммуникации всех со всеми является ментальность. Именно ментальность задает ядро культуры, репрезентирует ее исходные смыслы через действующие в данной культуре запреты, максимы и предписания, очерчивает возможный и уместный диапазон понимания всех всеми, или по крайней мере большинством самих себя. Неявные схемы универсума, создающие массовую культуру, манифестируют посредством стратагем. Стратагемы культуры — это попытки выявить безотчетно полагаемые смыслы и предложить схему их координации. Стратагемы охватывают всю проблематику постижения человеком универсума и самоосуществления человека, задают перечень полагаемых существенными тем, о которых ведутся перманентные дискуссии, волнующие конкретно-исторического человека. Такими стратагемами культуры можно считать религиозные и философские учения. Разумеется, ни одно из учений не охватывает всего универсума, но создает предписания для смыслообразования. Таким образом, понятно, что партийные идеологии построены на тех или иных стратагемах, безотчетно понятных любому человеку погруженному в данную культуру. Но для политической идентичности необходима экспликация данного идентификационного процесса.

## **6 лекция Психология политического участия**

*Цель – сформировать систему научных сведений об изучении психологических особенностей политического участия, в частности, электорального поведения*

- 1 Понятие политического участия
- 2 Понятие электорального поведения
- 3 От экологического к социологическому подходам в изучении избирателей
- 4 Социально-психологический подход в исследованиях избирателей
- 5 Теория рационального выбора в исследованиях избирателей

### **1 Понятие политического участия**

И политическое участие и политическая деятельность являются политологическими понятиями. Для психологического рассмотрения обоих явлений необходимо принять, что и участие и деятельность являются поведением. Участие является массовым и эпизодическим политическим поведением, а деятельность – постоянным и профессиональным.

Политическое участие необходимо рассматривать как причинно обусловленное и направленное на достижение определенных целей. Политическое участие характеризует действия индивидов и групп, предпринимаемые для овладения каким-либо влиянием на политический процесс, на формулировку или принятие определенных политических решений. Политическое участие является лишь одним из проявлений социальной активности личности и не занимает, как правило, доминирующего положения среди других форм поведения. Политическое участие чаще всего бывает эпизодическим, мотивационно основано на внешних импульсах и внеличностными стимулами. Основными формами политического участия в гражданском обществе является включенность в политическую коммуналную среду, как межличностную, так и массовую и участие в электоральном процессе.

### **2 Понятие электорального поведения**

Основной способ формирования персонального состава власти в гражданском обществе – выборы. Основной формой массового политического участия является участие в выборах, в частности, в голосовании.

Все в целом различные поведенческие акты, связанные с избирательными (электоральными) процессами будем называть электоральным поведением. Нарушение хотя бы в одном из звеньев психологического механизма электорального поведения приводит к невозможности осуществить выбор. Разумеется, электоральное поведение гораздо сложнее, чем только участие в голосовании, но именно участие в голосовании – центральный акт в электоральном поведении.

Анализ литературы по электоральному поведению показал, что существует несколько концепций электорального поведения. Все многообразие исследований электорального поведения, как правило, укладываются в три основных теоретических подхода: социологический, социально-психологический и рационально-инструментальный или экономический.

### **3 От экологического к социологическому подходам в изучении избирателей**

Начало исследований электорального поведения было положено известным французским демогеографом А. Зигфридом, создателем направления, получившего наименование «избирательная география». Зигфрид исходил из того, что электоральное поведение обусловлено политическими взглядами населения и что формирование этих

политических взглядов определялось историческими, административными и социально-политическими особенностями страны.

Труды Зигфрида послужили началом многочисленных исследований, направленных на выявление связей между электоральным поведением и объективными условиями существования людей. Решающую роль в становлении «экологической школы» сыграл ученик и последователь А. Зигфрида Ф. Гогель. Гогель уделял существенное внимание социально-структурным влияниям. Сопоставление социальной структуры типов поселения и политического поведения он рассматривал как ключ к решению исследовательских проблем. Вместо «избирательной географии» он предпочитал говорить о «социологии выборов».

Однако в середине 50-х гг. многие положения этой школы критиковались известным социологом Р. Ароном. Он утверждал, что экологический анализ и методы, основанные на исследовании взаимосвязи социально-профессиональных переменных, и поведение избирателей не сводимы друг к другу.

В критике Арона содержалось немало рациональных моментов. Раньше основным объектом анализа Зигфрида и Гогеля была территориальная единица, то теперь таким объектом стала социальная группа с ее специфическими чертами. Электорат воспроизводился как система социальных групп, обособленных и в то же время взаимодействующих друг с другом.

М. Доган предложил «комбинированный» метод анализа электората, в котором экологический подход дополняется использованием данных опросов общественного мнения. Суть этого метода — в выделении типичных точек зрения социально-экономического развития «зон» (промышленные аграрные, смешанные). На эту классификацию накладывается другая — по типу преобладающей для данной зоны политической и религиозной ориентаций. Далее выдвигается гипотеза о тенденциях электорального поведения интересующей социальной группы (у М. Догана — это промышленные рабочие), которая проверяется данными опросов.

В стиле принципов «экологической» школы были выдержаны и многие другие работы, появившиеся позже. Подобного внимания заслуживают в этой связи исследования Р. Херберле. Важнейшей предпосылкой углубленного изучения электорального поведения граждан Р. Херберле считал выявление всех факторов, определяющих политическое поведение человека.

Одновременно исследования в области электорального поведения подверглись глубокому воздействию бихевиоризма, распространившегося сначала в США, а затем и в других странах. Впервые методологические положения бихевиоризма были использованы для выявления политического поведения граждан в исследовании абсентеизма, проведенном в 20-е годы XX в. Ч.Е. Мериамом и Х.Ф. Госнелом. Авторы попытались осуществить репрезентативную выборку реципиентов и применили современную им технику опроса избирателей о мотивах голосования (интервью).

Данный подход, получивший название «социологический», выдвинул в центр внимания наряду с анализом статистических данных о результатах выборов, с одной стороны, анализ влияния текущей политики на решения избирателей с социально-структурными детерминантами их поведения. Проведенный анализ группой американских ученых Ч.Е. Мериам, Х.Ф. Госнелл, С. Раис, Б. Берельсон, Х. Тингстен, Д. Барии, Л. Вай и др. под руководством П. Лазарсфельда по материалам президентских выборов 1948 г. обозначил в методологическом отношении переход от анализа совокупных данных о результатах голосования к анализу индивидуальных данных на базе изучения общественного мнения и с помощью панельного метода.

В ходе исследований было выявлено, что большинство избирателей не имеют сознательных политических предпочтений, а выбор осуществляется на основе принадлежности к большим социальным группам. С позиций социологического подхода неучастие в голосовании объясняется с помощью таких переменных как образование,

социальный статус, пол, возраст, место жительства, этническая принадлежность. Акт голосования не столько свободное политическое волеизъявление граждан, сколько проявление солидарности индивида с группой и партийной идентификации.

Спустя несколько лет П. Лазарсфельд и Б. Берельсон осуществили новый проект, продолжающий предыдущий. В теоретической части работы первостепенное значение было придано расчленению социальной и политической структур, при этом особо подчеркивалась роль общественных институтов (профсоюзов, политических партий и других формализованных организаций); межличностных воздействий; гораздо большее место, чем прежде, было отведено значению политических вопросов как определяющих электоральный выбор.

Позже была предложена модель электорального поведения Липсета и Роккан и радикальная модель электорального поведения Данлеви.

При хорошей разработанности теоретических оснований социологического подхода оказалось, что прогностические возможности, в частности способность предсказывать исходы выборов в Западной Европе и в особенности, в США, оказались не очень высоки.

#### **4 Социально-психологический подход в исследованиях избирателей**

Низкая возможность предсказывать исходы выборов на основе социальных оснований побудила искать ответы на вопрос и о мотивации и об основаниях электорального поведения.

В разработках исследовательского центра Мичиганского университета в 60-е годы XX века голосование рассматривалось как глубоко индивидуальный акт внутренней значимости. Поэтому главное внимание уделялось индивидуальным психологическим процессам, определяющим политический выбор. Сформированная А. Кэмпбеллом исследовательская группа американских ученых Ф.О.Конверс, Уоррен Е. Миллер, Т.Е. Сток определила, что психологическая идентификация индивида с политической партией связана с поддержкой этой партии на выборах. Данная трактовка поведения избирателей, получила название «социально-психологического подхода».

Избиратель голосует за кандидата, по отношению к которому у него сформировался максимум благоприятных установок. Партийная идентификация определяет восприятие и оценку политической информации и поведения даже в случае отсутствия формального членства в данной партии. Избиратель голосует за кандидата от этой партии, по отношению к которому у него сформировался максимум благоприятных установок. В случае отсутствия такого кандидата избиратель голосует в соответствии со своим членством в партии или не голосует вообще.

С точки зрения исследователей Мичиганской школы, выбор избирателей определяется взаимодействием трех составляющих: партийная идентификация; отношение к текущим событиям (позицию по спорным политическим вопросам); чувства, испытываемые к кандидату.

На сегодняшний день Мичиганская модель голосования является в США наиболее распространенной, потому как в центре исследований находятся не сами по себе выборы, а политические взгляды на партии, кандидатов, на их программы в контексте выборов. Социально-психологический подход успешно применялся при изучении электорального поведения в Западной Европе. Его влияние оказалось настолько сильным, что к настоящему времени понятие «партийная идентификация» можно считать одним из важнейших в электоральных исследованиях на Западе.

В Англии в работах на рассматриваемую тему изучения электорального поведения среди факторов, определяющих электоральное поведение, наряду с полом и возрастом, присутствовал «социальный класс», понимаемый как совокупность социально-экономических позиций и интересов. При оценке социально-психологических процессов, определяющих политический выбор, во внимание принимались не только

индивидуальные особенности, но и групповые воздействия. Большое внимание уделялось влиянию общественно-политических структур.

Р. Роуз и Я. Маккалестера предполагают для объяснения мотивов выбора избирателей рассмотреть модель, основанную на ряде объясняющих переменных: социализация несовершеннолетних, партия и класс отца, класс, к которому относится избиратель, образование и религия, социоэкономические интересы, обеспеченность жильем, членство в союзах, национальность, политические принципы, благополучие, расовая принадлежность и отношение к расовому вопросу, традиционная мораль, текущая деятельность партий: лидеры, оценки правящей партии и т.д.

В Германии Р. О. Шультце исследуя избирателей с меняющимися предпочтениями, делает вывод о том, что главным в индивидуальном политическом выборе является информированность избирателя, именно эта категория определяет политическую активность человека и окончательно влияет на его выбор.

При анализе проблем электорального поведения Р. Вольфилтер и С. Розенстоун показывают, что активность участия при электоральном выборе определяется в первую очередь установочными диспозициями, наличием соответствующих мотивов и психологическими особенностями личности, ее предыдущим политическим опытом и политической культурой. И лишь во вторую очередь такими характеристиками избирателя, как пол, возраст, род занятий, доход, образование, семейное положение.

Наиболее подробно занимается причинами возникновения, развития и укрепления стереотипов электорального поведения исследовательская школа А. Бентли и Г. Лассуэлла.

В основе «теории установок» этой школы лежит изучение вариаций установок, мотивов и других психологических характеристик, объясняющих политическое поведение людей. Индивиды, считают представители этой школы, вовсе не пытаются все поголовно удовлетворить в политике свои личные корыстные интересы. Политическое поведение различно, поскольку индивиды мотивируются различными совокупностями целей и по-разному относятся к политике.

В последнее время предпринимаются попытки создать интегративную теорию, объединяющую «социологическую» и «социально-психологическую» модели поведения избирателей.

Действительно, и для социологической и социально-психологической теорий ключевой является категория «солидарности» как одна из ведущих мотиваций электорального выбора. Акт голосования не столько свободное политическое волеизъявление гражданина, сколько проявление солидарности индивида с группой и партийной идентификации.

Различия между теориями состоит лишь в том, что согласно первой из них избиратель, голосуя, выражает солидарность с социальной группой, к которой принадлежит, а согласно второй — он солидаризирует непосредственно с партией. При этом социологический подход не отрицает значимости социально-экономических характеристик, рассматривая их в качестве фактора, влияющего на формирование партийной идентификации.

Кроме того, и выбор, мотивированный социально-экономическим статусом, и голосование на основе партийной идентификации относятся к экспрессивным типам поведения. Вместе с тем выявилась и определенная ограниченность обеих концепций: поскольку распределение социальных статусов в массовых электоратах и «партийная идентификация» относительно стабильны, названные теории не способны объяснить сколько-нибудь значимые сдвиги в избирательных предпочтениях. Осознание неадекватности теорий экспрессивного поведения подтолкнуло некоторых исследователей к поиску подхода, который мог бы, по меньшей мере, дополнить эти теории и послужить более надежной основой объяснения эмпирических данных.

Позже была предложена модель электорального поведения Липсета и Роккана и радикальная модель электорального поведения Данлеви.

### **5 Теория рационального выбора в исследованиях избирателей**

В конце 60-х - начале 70-х гг., когда в большинстве развитых либеральных демократий начался массовый отход избирателей от традиционных политических партий, выявилась ограниченность обеих концепций объясняющих поведение избирателей. Распределение социальных статусов в обществе и «партийная идентификация» относительно стабильны и социологические и социально-психологические теории не способны объяснить значимые сдвиги в избирательных предпочтениях. Основанная на неадекватности данных теорий привело некоторых исследователей к поиску подхода, который мог бы по меньшей мере дополнить эти теории и послужить более надежной основой объяснения эмпирических данных.

В результате возник новый подход к изучению электорального поведения – «теория рационального выбора» - возникший на базе неоклассической экономической школы. Толчок к разработке концепции, исходящей из инструментального характера выбора при голосовании, дала классическая работа Э. Даунса «Экономическая теория демократии». Основное положение концепции состоит в том, что «каждый гражданин голосует за ту партию, которая, как он полагает, представит ему больше выгод, чем любая другая». Данный подход исходит из положения, что все люди в области политики осознанно стремятся к максимальной реализации своих интересов, учитывая значимость альтернативных идей и эффективно действуя во имя достижения желаемого. Вместе с тем представления о рядовом избирателе, тщательно просчитывающем возможные результаты своего выбора на основе анализа огромного объема информации о партийных программах, с трудом согласовывались со здравым смыслом.

Возникновение этой теории уходит корнями в концепцию интереса, разработанную еще А. Смитом. Согласно его формулы стремление отдельной личности к собственной выгоде «направляется» невидимой рукой таким образом, что это наиболее эффективно содействует интересам общества, гораздо больше, чем, если бы в своей деятельности люди руководствовались общими интересами. Парадокс заключается в том, что неоклассические модели, исходящие из концепции индивида, делающего рациональный выбор, оказываются детерминистскими и не оставляют места для непредсказуемости или свободного выбора.

Продолжая идеи Э. Даунса М. Фиорини утверждал, что существует прямая связь между положением в экономике и результатами выборов. При голосовании избиратель исходит из того, что именно правительство несет ответственность за состояние народного хозяйства. Если жилось хорошо — голосуй за правительство, если плохо — за оппозицию. Такое поведение избирателей является не только инструментальным, но и рациональным в том смысле, что индивид минимизирует собственные усилия по достижению сознательно сформулированных целей, в частности по сбору информации, необходимой для принятия решения.

### **7 лекция Психология политической коммуникации**

*Цель – сформировать систему научных знаний о структуре, типах, уровнях и функциях политической коммуникации, о психологических особенностях межличностного общения о политике и воздействия средств массовой коммуникации на избирателей.*

- 1 Понятие политической коммуникации.
- 2 Типы, уровни и функции политической коммуникации.
- 3 Степени и способы влияния СМИ на общественно-политические процессы.

4 Двухуровневая структура политической коммуникации: массовая и межличностная коммуникация. Психологические особенности межличностного общения о политике.

5 Особенности психологического воздействия средств массовой коммуникации на электорат.

6 Политическая реклама как система политических коммуникаций.

## **1 Понятие политической коммуникации**

Одной из важных составляющих функционирования субъектов политических процессов является политическая коммуникация. Она позволяет осуществлять взаимодействие политических интересов, наполняя смыслом политический процесс. С помощью коммуникации разворачивается логическая последовательность политических событий, создается их сюжетная линия.

Теоретические работы и термин «политическая коммуникация» появились в конце 1940-х – начале 1950-х гг. Выделение исследований политической коммуникации в самостоятельное научное направление было вызвано рядом причин: послевоенной волной демократизации, появлением и развитием кибернетической теории, возникновением и активным использованием новых коммуникационных технологий и систем. В настоящее время политическая коммуникация входит в число «популярных» тем политической науки.

В целом, политическую коммуникацию можно определить как процесс обмена информацией между политическими акторами, осуществляемый в ходе их формальных и неформальных взаимодействий.

## **2 Типы, уровни и функции политической коммуникации**

Важным аспектом политической коммуникации является смысловой аспект взаимоотношений между субъектами политики путем обмена информации в процессе борьбы за власть или ее реализацию. При использовании различных коммуникативных моделей передается три основных типа политических сообщений:

побудительные (приказ, убеждение);

собственно информативные (реальные или вымышленные сведения);

фактические (сведения, связанные с установлением и поддержанием контакта между субъектами политики).

Кроме типов политических сообщений в системе политической коммуникации выделяют также три уровня информационных потоков:

обслуживает органы власти и управления (циркулирует в основном служебная информация);

создает информационную среду деятельности партий, профсоюзов, общественных движений (циркулируют программы, уставы и другая информация);

обращается непосредственно к общественному мнению, к массовому сознанию, к политическому поведению больших групп людей (этот уровень делает политическую систему открытой, готовой взаимодействовать с гражданским обществом).

Политическая коммуникация выполняет следующие функции по отношению к политической системе и гражданскому обществу:

информационная (главное содержание этой функции заключается в распространении необходимых знаний об элементах политической системы и их функционировании);

регулятивная (позволяет выработать оптимальный механизм взаимодействия как между элементами политической системы, так и между политической системой и гражданским обществом);

функция политической социализации (формирует важные и необходимые нормы политической деятельности и политического поведения);

манипулятивная (формирует общественное мнение по наиболее важным политическим проблемам).

Итак, политическая коммуникация является одной из важнейших характеристик всех видов политических процессов. Направленность политико-коммуникационных процессов, их ориентация на диалог и достижение взаимопонимания, доминирующие ценности, передаваемые каналами информации, определяют уровень стабильности и эффективности политической системы.

### **3 Степени и способы влияния СМИ на общественно-политические процессы.**

В конце 1960-х гг. результаты исследования, проведенного М.Е. Маккомбсом и Д.Л. Шо, возродили интерес к изучению роли средств массовой информации в политическом процессе. Теоретической базой данного исследования послужили работы У. Липпманна, в которых он констатировал зависимость общества от средств массовой коммуникации. Кроме того, основываясь на анализе работ Липпманна, Г. Канэн еще в 1963 году сформулировал ныне классическое определение такого эффекта массовой коммуникации как «установка пунктов повестки дня». Этот эффект стал объектом современных исследований. Его суть заключается в том, что пресса не может заставить людей думать определенным образом, но может указать своим читателям, о чем думать<sup>1</sup>. Это определение получило эмпирическое подтверждение во время исследования президентских выборов 1968 г., проведенного М. Маккомбсом и Д. Шо. Найдя почти совершенную корреляционную зависимость между политическими предпочтениями избирателей и содержанием сообщений средств массовой коммуникации, они утверждали, что именно средства массовой информации формируют политические предпочтения.

Выводы М.Е. Маккомбса и Д.Л. Шо послужили тому, что исследователи стали возвращаться к изучению прямого воздействия средств массовой коммуникации на аудиторию во время проведения политических кампаний. Далее последовали годы, которые можно охарактеризовать как поиск факторов, показывающих влияние средств массовой коммуникации на общественное мнение. Использовались разнообразные исследовательские методы от когнитивного анализа содержания сообщений средств массовой коммуникации и опросов общественного мнения до экспериментов.

Установка пунктов повестки дня – это метафора, которая описывает когнитивный процесс, заключающийся в том, что общество думает о темах дня, освещаемых средствами массовой информации. В своей работе 1987 г. «Новости, которые имеют значение» С. Янгэр не только построил такую гипотезу, но и смог показать, что общественное мнение и политические предпочтения есть результат прямого воздействия эффекта «установки пунктов повестки дня», оказываемого с помощью СМИ. Так, если новости уделяют внимание национальной экономической ситуации во время проведения политической кампании, то граждане будут использовать именно экономические показатели, а не зарубежные проблемы для оценки деятельности правительства. Основываясь на информации, полученной из программ новостей, многие исследуемые избиратели перешли от неформального решения к оформленным предпочтениям<sup>2</sup>.

### **4 Двухуровневая структура политической коммуникации: массовая и межличностная коммуникация. Психологические особенности межличностного общения о политике.**

<sup>1</sup> Цит. по: Lenart S. Shaping political attitudes The impact of interpersonal communication and mass media. Thousand Oaks - London - New Delhi: Sage publications, 1994, p. 15.

<sup>2</sup> Iyengar S., Kinder D. R. News that matters: Television and American opinion. — Chicago; London: Univ. of Chicago press, 1987. — 187 p.

В 1970-х гг. немецким социологом Э. Ноэль-Нойман была предложена концепция «спирали молчания»<sup>3</sup>, связанная с формированием общественного мнения. Эта концепция рассматривает взаимосвязи между массовой коммуникацией, межличностной коммуникацией и тем, как индивид соотносит свое мнение с мнением других. Большинство людей стараются избегать ситуаций, когда только им одним приходится разделять определенные установки и представления. Если индивид выявит, что разделяемые им установки являются малораспространенными, то он, скорее всего, не будет выражать их открыто. Таким образом, ситуация, когда одни ориентированы на выражение своего мнения, а другие на его сокрытие приводит к нарастанию спиралеобразного процесса. В ходе него усиливается доминирование какой-либо одной точки зрения. Важное место в этой концепции отводится средствам массовой информации, которые и определяют господствующую точку зрения. Этот эффект был измерен во время выборов в бундестаг в ФРГ в 1972 г. С. Ленарт замечает, что средства массовой информации не имеют монополии на информационные потоки, а действуют вместе с межличностной коммуникацией. Поэтому воздействие медиа не может рассматриваться изолированно, как это делают многие исследователи. С. Ленарт характеризует политический информационный поток как процесс, с помощью которого информация, полученная из материалов средств массовой информации, достигает своего объекта прямо или опосредованно через межличностное общение.

Выводы, полученные в исследовании, заключаются в следующем.

Основным источником информации о кандидатах и партиях являются материалы средств массовой информации;

Межличностное общение может усиливать установки избирателей, сформированные с участием СМИ;

Межличностное общение может оказывать влияние на формирование установок избирателей прямо противоположное воздействию средств массовой информации;

Межличностное общение само по себе может быть источником новой информации о кандидатах.

Ценность выводов, полученных С. Ленартом, состоит в подтверждении тезиса о самостоятельном значении межличностной коммуникации. Она осуществляется не всегда в русле тем, задаваемых средствами массовой информации, как это представлено в концепции «установки пункта в повестки дня». Межличностное общение может быть источником альтернативной информации и в то же время создавать собственную интерпретацию сообщений СМИ.

## **6 Особенности психологического воздействия средств массовой коммуникации на электорат**

Сегодня население с помощью телевидения узнает не только теоретические постулаты того или иного политического объединения, но и облик его лидера: лидер оценивается по характером, образом мыслей и жизни. Телевидение позволяет олицетворять политику. Оно содействует созданию нового, публицистического облика политика. Из всех видов СМИ телевидению отдан приоритет не случайно и именно в период избирательных кампаний прозвучало еще одно, ставшее крылатым, высказывание: «кому принадлежит телевидение - тому принадлежит и власть в стране.» Телевидение создает иллюзию непосредственного общения. Многие из того, что рекомендуют делать имиджмейкеры, наиболее приемлемо для телевидения. Вот поэтому, говоря дальше о применении прикладных психотехнологий, мы основное внимание уделяем работе над ТВ-имиджем. Особую ценность для политических деятелей телевидение приобрело в связи с его способностью буквально на глазах у телезрителей «делать» перспективных кандидатов на выборные посты из малоизвестных или вовсе неизвестных ранее фигур.

<sup>3</sup> Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Издательство «Прогресс-Академия», 1996.

Вместе с тем у телевидения есть и ограничения. Эффект “туннеля”. На телевидение нельзя рассчитывать, если нужно внушить какие-либо идеи. Любая попытка передать с помощью телевидения какую-то сумму суждений, то есть произнести быстро своего рода монолог, наталкивается на то, что подобный монолог оказывается не услышанным, - во всяком случае, его не слушают. Этот феномен получил даже своего рода наименование - “туннель”. Журналисты видят свою задачу в том, чтобы безжалостно прерывать политического деятеля, роющего такой туннель, ибо без этого многие телезрители начинают “гулять по эфиру”, то есть искать по другим каналам более привлекательные программы.

Уделяя такое внимание электронным СМИ, мы не отрицаем другие. У печатных изданий есть свои преимущества перед телевидением и радиовещанием, а радиовещания перед телевидением и печатью.

**7 Политическая реклама как система политических коммуникаций**  
Эффективная избирательная кампания любой партии или движения, политического лидера, как выяснилось, невозможна без политической рекламы. Считается, что политическая реклама появилась в период рабовладельческой демократии в Древней Греции, когда на народных собраниях открыто избирали на ответственные государственные посты. Тогда реклама велась самими претендентами и их сторонниками в устной форме. Главными достоинствами претендентов являлись богатство, знатное происхождение, красноречие и ум. В Древнем Риме уже использовались письменные рекламные лозунги и призывы. В Новгородской республике на Руси также встречалась политическая реклама, которая велась главным образом в устной форме.

Современная реклама в России многолика - можно встретить, по сути дела, все ее виды, вплоть до антирекламы. Случилось так, что с самим понятием “политическая реклама” ассоциируется другое понятие - “выборы”. Действительно, наши ведущие политики, политические партии и движения крайне активизируются исключительно в периоды избирательных кампаний, выпускают огромное количество рекламной печатной продукции, заполняя эфир рекламами телевизионной политической рекламы, используют буквально любую возможность, чтобы публично заявить о себе. После выборов, особенно если они были удачными, своих обещаниях и рекламе они обычно забывают. Это, как и неэффективная политическая реклама, является издержками периода становления данного мощного средства воздействия на массовое сознание. В странах с демократическими традициями давно применяется так называемая постоянная политическая реклама как продуманная система воздействий на умонастроения избирателей в течение длительного времени.

## **8 Лекция. Мотивация электорального поведения**

*Цель – сформировать систему научных знаний об особенностях мотивации электорального поведения.*

- 1 Категория мотивации в психологии
- 2 Мотивации электорального поведения в иерархии мотивов человека
- 3 Каузальная атрибуция
- 4 Психология абсентеизма

### **1 Категория мотивации в психологии**

Дискурс о мотивации возникает при попытке объяснения, а не описания поведения. Это поиск ответов на вопросы типа «почему?», «зачем?», «для какой цели?», «ради чего?», «какой смысл...?» и т.п. Мотивация понимается как совокупность причин психологического характера, объясняющих поведение человека, его начало,

направленность и активность. Обнаружение и описание причин устойчивых изменений поведения и есть ответ на вопрос о мотивации содержащих его поступков.

Поведение является объектом различных дисциплин и направлений, каждое из которых имеет собственный предмет изучения, использует собственные категориальные и концептуальные схемы. Вместе с тем, несмотря на различие предметов изучения, в рамках всех направлений удается выделить неустрашимый компонент, который и позволяет квалифицировать данное исследование как поведенческое: это - движение и его характеристики. Понятие поведения запечатлело особую исследовательскую область, отличной от нейрофизиологии, с одной стороны, и от психологии сознания - с другой.

Поведение в современной психологии принято определять как «извне наблюдаемую двигательную активность живых существ, включающую моменты неподвижности, исполнительное звено высшего уровня взаимодействия целостного организма с окружающей средой». Поведение можно понимать также как целенаправленную систему последовательно выполняемых действий, осуществляющих практический контакт организма с окружающими условиями, опосредствующих отношения живых существ к тем свойствам среды, от которых зависит сохранение и развитие их жизни, подготавливающих удовлетворение организма, обеспечивающих достижение определенных целей.

Понятие мотивации является одним из основных при объяснении движущих сил поведения человека. Существует многозначность и противоречия в интерпретации основных понятий побудительных сил, происхождения и описание которых весьма различны в зависимости от психологической парадигмы. Тем не менее, во всех психологических представлениях о личности есть разряд, в котором делается попытка рассмотреть и объяснить связь между причинами того или иного поведения и собственно поведением.

Мотив можно рассматривать с нескольких точек зрения:

- как побуждение к деятельности, связанное с удовлетворением потребностей субъекта;
- совокупность внешних и внутренних условий, вызывающих активность субъекта и определяющих его направленность;
- как побуждающий и определяющий выбор направленности деятельности, ради которого она осуществляется;
- осознаваемая причина, лежащая в основе выбора действий и поступков личности.

Свои действия человек должен соотносить с условиями среды и действиями других людей. Служит единственным энергетическим источником мотивации, потребности в большинстве случаев выступают лишь начальным импульсом сложного комплекса психических состояний и процессов, которые в конечном итоге материализуются в поведение. Решающее значение для формирования линии поведения субъекта имеют его интересы. Интерес можно определить как стремление субъекта к созданию и поддержанию условий, оптимальных для удовлетворения его потребностей. Таким образом, интересы субъекта связаны с его потребностями.

Потребности побуждают субъекта к деятельности. Интересы определяют основную линию его поведения. Из поколения в поколение у людей вырабатываются представления о том, что хорошо — что плохо, что важно — что неважно для реализации их интересов, удовлетворения их потребностей. Эти представления закрепляются в общественном сознании, передаются от поколения к поколению как относительно самостоятельные элементы социального опыта и представляют собой ценности или ценностные представления.

Ценности оказывают направляющее и корректирующее воздействие на мотивацию, как в процессе формирования интересов, так и при определении последовательности и иерархии целей деятельности.

Основным социальным регулятором форм поведения являются социальные нормы. Наиболее универсальный характер носят общечеловеческие нормы, сформировавшиеся тысячелетия назад как ответ на потребность так упорядочить поведение людей, чтобы различие интересов не вело к взаимному уничтожению.

Групповые нормы — правила поведения, признаваемые обязательными для тех или иных групп, связаны с общечеловеческими нормами, но могут и вступать в противоречие с ними. Обычно эту сложную и вряд ли посильную для субъекта в бесконечно меняющихся ситуациях когнитивную деятельность заменяет действие психического механизма, именуемое установкой.

Установка — это осознанная и неосознанная готовность субъекта определенным образом реагировать на те или иные предметы и явления или информацию о них. Установка как бы напрямую связывает поведенческие реакции субъекта с сигналами среды.

Вся мотивационная цепочка присутствует в установке как бы в «вертуном» виде. Таким образом, установка экономит интеллектуальные силы субъекта. В известном смысле этот механизм обеспечивает способность субъекта оперативно реагировать на привычные сигналы среды, быстро ориентироваться в рутинных ситуациях. В то же время установка как стандартизированная реакция на схожие сигналы неизбежно становится причиной неадекватного поведения, приводит к запаздыванию с выработкой новой модели поведения при качественном изменении ситуации. Потребности, интересы, ценности, нормы, установки непосредственно формируют и регулируют электоральное поведение индивидов и групп.

Совокупность же устойчивых мотивов, конкретно определенных в предшествующем жизненном опыте человека и побуждающая к деятельности определенной направленности, называется мотивацией.

«В современной психологии термин «мотив» (мотивация, мотивирующие факторы) обозначаются совершенно разными явлениями» [Леонтьев]. «Существует столько различных мотивов, сколько существует содержательных классов отношений «индивид — среда» [Хекхаузен].

## **2 Мотивация электорального поведения в иерархии мотивов человека**

Наиболее важными составляющими механизма политического выбора мы считаем мотивацию участия и познавательный аспект: восприятие, оценка и понимание информации о кандидатах.

Если рассматривать электоральное поведение, избирателя участвующего только в голосовании на выборах, то вряд ли электоральное поведение такого избирателя обусловлено побуждающими силами, возникающими до начала действий и собственно запускающие эти действия. Участие в выборах является некоторым культурным образцом, следование которому является привычным и одобряемым, или модным и правильным и т.д., но оно не является действием, решаемым какие-либо личные проблемы избирателя. Участие в выборах не побуждается до исполнения, а, следовательно, и о мотивации речи не идет, а атрибутируется избирателем по мере возникновения вопроса об участии.

Если сделать попытку определить мотивацию электорального поведения в иерархии мотивов человека по А. Маслоу, то побуждениям массового электорального поведения не найдется места. Мотивы электорального поведения не могут быть отнесены ни к витальным потребностям, ни к потребностям безопасности, аффилиации и признания, т.к. электоральные процессы не обеспечивают ни процессы жизнедеятельности и безопасности, не организуют ни человеческое общение и признание. Еще менее подходит для объяснения уровень самоактуализации, так как в разовом акте голосования экзистенциальная сущность избирателя явно не раскрывается. Причем, как и все мотивы, приобретаемые в ходе социализации, они ситуативны или

могут полностью отсутствовать. В шкале «внутреннее — внешнее» также крайнее правое место. Таким образом, мы должны заключить, что принятие решения об участии в выборах в качестве избирателя практически не мотивируется ни потребностями, ни личностными смыслами, а осуществляется как простой акт социального поведения под воздействием образца, нарушение которого может вызывать чувство тревоги.

### 3 Каузальная атрибуция

Очевидно, что при рассмотрении различных парадигмальных подходов к пониманию мотивации наиболее адекватным может быть признан когнитивистский подход. Исследования атрибутирования электорального поведения затруднено, так как контакты в этих опросах осуществляются на уровне «сознание - сознанию», при котором уровень социального одобрения и вербальной нормативности высок, что отрицательно влияет на достоверность данных. В ходе такого опроса от респондента легко получить объяснения и толкования якобы раскрывающие смысл его действий, однако эти разъяснения будут далеки от вскрытия действительных причин поведения. Часто атрибуции представляют собой какие-либо общеупотребительные клише и штампы, чаще всего из газет и телевидения.

В социальной психологии существует особая сфера, которая анализирует эти процессы (приписывания), под названием каузальная атрибуция. Психологи, которые рассматривали эту проблему Г. Келли, Э. Джонс, К. Дэвис, Д. Кенноуз, Р. Нисбет, Л. Стрилкклэнд. (22; 376) Исследования каузальной атрибуции направлены на изучение попыток человека, не занимающегося психологией понять причину и следствие тех событий, свидетелем или участником которых он является. С помощью механизма каузальной атрибуции происходит приписывание воспринимаемому человеку определенных мотивов и причин, объясняющих его поступки и другие особенности. Мера и степень приписывания в процессе межличностного восприятия зависит от степени уникальности или типичности поступка от степени его социальной «желательности» или «нежелательности».

В других работах было показано, что характер атрибуции зависит и от того, выступает ли субъект восприятия сам участником какого-либо события или его наблюдателем. Г. Келли выделяет 3 типа атрибуции:

Личностная, когда причина приписывается лично человеку, совершающему поступок.

Объектная, когда причина приписывается тому объекту, на который направлено действие.

Собственно-обстоятельная, когда причина совершающегося поступка приписывается обстоятельствам.

Было установлено, что наблюдатель чаще использует личностную атрибуцию, а участник события, склонен в большей мере, объяснять совершающееся обстоятельствами. (28; 435)

Установление причинно-следственных связей такое же непременно условие существования человека как и использование логики. Но как логика не всегда используется в жизни, так и приписывание далеко не всегда открывает нам подлинный смысл действий людей. Вместе с тем и игнорировать объяснения людей не всегда было бы оправданным. Избиратель должен был как-то интерпретировать и сам факт выборов, и зачем эти выборы нужны именно ему и почему он должен принимать в них участие.

Свое участие в голосовании могут объяснять все, но еще предстоит понять чем же фактически были движимы наши респонденты, когда приходили голосовать.

### 4 Психология абсентеизма

Согласно социально-психологического подходу при исследовании абсентеизма, определяющее воздействие на его решение участвовать или не участвовать в голосовании, оказывают установки, формирующиеся в процессе ранней социализации и являющиеся отражением установок его родителей (Алдрич Ж., Симон Д, Алмонд Г., Верба С. и др.).

С момента появления политической психологии в странах СНГ, т.е. с начала 90-х XX века годов учеными, в первую очередь российскими учеными было предпринято немало самостоятельных и интересных исследований абсентеизма. Тема исследовалась в работах авторов В. Гимпельсон, С. Чугров, Г.В. Голосов, И.М. Клямкин, Д.А. Левчик, В.А. Колосов, Р.Ф. Туровский и др.

Сложившаяся в данной предметной области исследовательская ситуация характеризуется некоторыми существенными особенностями. Отчетливо наблюдается дисбаланс, сложившийся между объемом эмпирического материала, описывающим конкретные проявления электорального поведения, с одной стороны, теоретическими объяснительными конструкциями - с другой. В то же время, сами концептуальные средства анализа, заимствованные из зарубежной политической науки, не всегда оказываются эффективными в применении к условиям российской действительности.

Анализ ряда политологических источников дал возможность Бушневой Ю. предложить следующую классификацию абсентеизма.

По степени законодательного регулирования органами власти можно выделить нормативно-правовой (невозможность для лиц даже пожелать или проголосовать за того или иного кандидата в силу существующего в государстве законодательства о выборах) и добровольный абсентеизм.

Другим основанием для классификации абсентеизма может служить его проявление на различных уровнях выборов. Общеизвестен факт, что чем выше уровень выборов, тем меньше доля абсентеистов.

По причинам абсентеизма граждан, не пришедших на голосование, можно разделить на три группы. Первую составляют лица, не участвующие в выборах по объективным причинам. Вторую образуют те, кто, не имея особых оснований для недовольства сложившейся в обществе ситуацией, считает для себя излишним участие в избирательном процессе (пассивный абсентеизм). В третью входят индивиды, которые отрицательно относятся к утвердившимся порядкам и либо не верят в возможность внести коррективы в проводимую политику с помощью избирательных бюллетеней, либо рассматривают воздержание от участия в выборах как форму негативного политического действия (активный абсентеизм).

И в России, и в странах западной демократии фиксируется низкий уровень участия избирателей в голосовании, также отмечается снижение явки на выборы всех уровней. При этом участие в региональных выборах, и в России и зарубежом, как правило, значительно ниже.

Для российских избирателей неучастие в выборах мотивируется главным образом недовольством власти, ощущением «предрешенности» выбора, что является следствием огромной массы причин, которые более глубинны чем различия в социальном статусе, в возрасте или уровне доходов.

Для современного этапа основными основаниями абсентеизма выступают недоверие граждан к выборным органам власти и институту выборов в целом; низкий уровень политической и правовой культуры населения; социально-политические трансформации российского общества.

## **9 лекция Психология принятия решений в голосовании на выборах**

*Цель – сформировать систему научных знаний об особенностях принятия решений в голосовании на выборах.*

### **1 От частного выбора к принятию решений**

- 2 Теории принятия решений в условиях определенности неопределенности и риска.
- 3 Психологический механизм электорального выбора

### **1 От частного выбора к принятию решений**

Выбор необходим практически в любой деятельности. Каждый день осуществляется множество выборов, например, выбор продуктов питания и телевизионных программ. Есть жизненно важные выборы - выбор места работы или ВУЗа для получения образования, спутника жизни или места жительства. Все это будничные выборы – деятельность, прекрасно освоенная каждым человеком, и имеющая целый ряд феноменологических характеристик. Выбор человека определяет его собственную жизнь и может повлиять на немногих близких ему людей. Вместе с тем многие решения принимаются без систематического обдумывания, но исходя из своих собственных потребностей, желаний и интересов. В частной жизни человек, принимая решение, как правило, сам его и выполняет и сам несет ответственность.

Несмотря на то, что каждый человек каждый день осуществляет множество выборов, эта сфера практически не исследовалась. Гораздо больший интерес привлекала сфера получившая название принятие решений.

Первую попытку исследования процессов принятия решений предпринял Бернулли в 1738 году. В то время эти исследования носили чисто математический и формально-логический характер. Систематическое направление исследований процессов принятия решений сформировалось после того как в 1947 г. основы этого подхода были изложены Джоном фон Нейманом и Оскаром Моргенштерном. Значительное влияние на психологию принятия решений оказала математическая дисциплина с аналогичным названием. Психология заимствовала из математической теории принятия решений многие понятия и способы моделирования. С этого момента область принятия решений стала быстро развиваться и носить междисциплинарный характер. Интерес к данному разделу психологии был наиболее интенсивным в 70-е и в начале 80-х годов, в период бурного и многообещающего развития когнитивистского направления. В результате этих исследований возникли теории принятия рациональных решений.

### **2 Теории принятия решений в условиях определенности неопределенности и риска**

Внимание к принятию решений, как культурным процедурам, связанных с выработкой и применением нормативных правил принятия решений образует одно из направлений исследований. Теории принятия решений в условиях определенности, – описывают не психологический механизм такого принятия решений, а культурный образец, алгоритм, применение которого обеспечивает эффективный результат. В этом случае принятие решения осуществляется по алгоритму: индивид ранжирует все возможные альтернативы, которые однозначно представлены и по порядку предпочтительности, которые также однозначны, выбирает лучший вариант. Данному типу решений необходимо просто выучиться и применять его в тех случаях, где это уместно.

Принятие решений может осуществляться в условиях полной и частичной неопределенности. Неопределенность имеет место тогда, когда как содержание исхода, так и вероятности наступления исходов неизвестны. Лицо, принимающее решения не только не знает, что произойдет при выборе той или иной альтернативы, но и вероятности наступления тех или иных исходов. Наибольший практический интерес представляют исследования принятия решений в ситуациях риска. Лицо, принимающее решение в условиях полной неопределенности или риска, не знает, что произойдет при выборе той или иной альтернативы.

Понятием риска мы пользуемся в двух случаях — игры и актуализации навыка. В первом случае успех зависит от удачи, во втором, определяется мастерством действий. Есть определенные трудности в определении риска. Риск может быть определен как вред,

который данная альтернатива может принести, выраженный в единицах (зачастую весьма условных) ценностей. Отрицательная ценность рискованной альтернативы взвешивается вероятностью неблагоприятного исхода. Несмотря на трудности определения понятия риска, большая часть исследователей считают, что величина риска — один из главных факторов, определяющих принятие решения

Правда уже и в те годы ряд исследователей показали, что необученный «наивный» испытуемый не следует открытым и описанным в учебниках правилам принятия решений. А.Ньюэлл и Г.Саймон с юмором отметили, что это теория, в которой полностью отсутствуют те, кто решения принимает.

### **3 Психологический механизм электорального выбора**

Политическое поведение людей проявляется в различных формах, в том числе в индивидуальном политическом выборе. Считается, что политический выбор представляет собой подтвержденное действием политическое предпочтение, которое в свою очередь, интегрирует в себе в той или иной степени и различные аспекты политического сознания. Таким образом, предпочтение является своеобразным мостиком между политическим сознанием и политическим поведением.

Понятие политического выбора относится к такой дисциплине как политология. Вместе с тем психологические механизмы осуществления выбора изучаются психологией. Психологические аспекты принятия политических решений изучаются в политической психологии.

Рассматривая психологические аспекты принятия политических решений, следует различать политические решения, принимаемые ходом голосования избирателями. Именно об этих выборах идет речь.

И решения принимаемые политической элитой и лидерами, которые будут рассмотрены в лекции 13.

Допустим, что выбор, в ходе голосования осуществляется исключительно рационально, также как осуществляется принятие управленческого решения. Такой выбор может быть описан теорией психологии принятия решений. Сравним данные анализа каждого из основных этапов, осуществляемых при принятии управленческих решений и действий избирателя в ходе голосования.

Психология принятия решений как подход к описанию и пониманию ситуации выбора. Аналогом понятия выбора является понятие принятия решений.

Во время голосования на выборах избиратель принимает решение относительно кандидатов в депутаты.

Несомненным достижением современного знания является то, что алгоритмы принятия управленческих решений были исследованы и описаны. Представляет интерес рассмотреть существует ли некоторое количество избирателей, которые осуществляют свой политический выбор строго следуя алгоритму принятия решений и осуществляя свой выбор как исключительно рациональное принятие решений. В этом случае такой избиратель не только проходит все этапы принятия решения, но и в состоянии указать и описать каждый этап.

Осуществление всех этих операций по принятию решений совершенно необходимо, но отнюдь не обязательно осознаваемо. Нарушение хотя бы в одном из звеньев механизма приводит к невозможности осуществить выбор, а не представленность знанию субъекта выбора каких-либо шагов затрудняет лишь коммуникацию относительно деятельности, но не собственно деятельность.

что такое рациональный выбор в политике или выборы как решение задач

Акт политического выбора в форме голосования на выборах в органы власти требует и побудительной составляющей и эмоций и интеллектуальных действий. Для того чтобы голосование состоялось, избиратель должен принять решение участвовать или не участвовать в голосовании и прийти на участок для голосования.

Важность исследований проблем электорального поведения связана, прежде всего, с необходимостью политического управления страной, а так же острой необходимостью регулирования проведения избирательных кампаний всех уровней. Нет секрета в том, что проблема явки является повсеместной: и в странах развитой демократии, и на постсоветском пространстве, и в развивающихся странах.

В любом акте человеческого поведения, в том числе и в политическом выборе функционируют все составляющие психической регуляции. Это мотивация деятельности как исходное звено любого поведенческого акта. Это когнитивная составляющая как обеспечивающая достижение целей адекватными способами. Это и эмоциональная составляющая как оценочный индикатор адекватности действий.

Избиратель должен воспринимать и понимать информацию о кандидатах, оценивать и принимать решение. Оценивание и принятие решения избирателем представляет собой соотнесение воспринятого им с образцами, хранящимися у него в памяти. Избиратель должен как-то интерпретировать и сам факт выборов, и зачем эти выборы нужны именно ему.

Первый этап принятия решения об участии в выборах мы рассмотрели в лекции 8. Следующий этап принятия решения касается коммуникации. Второе решение, которое должен принять избиратель: знакомиться или нет с информационными материалами, участвовать в их обсуждениях или нет.

В действиях по принятию решения избирателем фактически отсутствует этап формирования вариантов (этот этап отсутствует в большинстве решений принимаемых человеком) – варианты (кандидатуры) избирателю предложены.

Следующее решение, которое должен принять избиратель - это: кого выбрать. Это решение предполагает следующие шаги:

- изучение всех вариантов, т.е. всех кандидатур;
- взвешивание, соотнесение, сравнение предложенных кандидатур с неким политическим эталоном;
- отбрасывание неподходящих кандидатов и определение наиболее весомого кандидата, собственно, принятие решения о выборе.

Наконец, последний этап - это решить, будет ли избиратель отслеживать деятельность своего депутата или нет, будет ли соотносить действия депутата со своими ожиданиями или нет. Или не получив подтверждение своему выбору, избиратель должен решить в каких формах он будет участвовать в политической жизни дальше.

## **10 лекция Психология политической деятельности**

*Цель - сформировать систему научных знаний о психологических особенностях политической деятельности.*

- 1 Категория деятельности в психологии
- 2 Понятие и структура политической деятельности
- 3 Психологический механизм регуляции политической деятельности
- 4 Субъекты политической деятельности в гражданском обществе

### **1 Категория деятельности в психологии**

Предельно широкое понимание деятельности охватывает все бытие или поведение. В строгом операциональном смысле деятельность есть специфическая форма активности, преобразующая действительность.

Изучение психологии деятельности имеет свою историю. Основоположником психологии деятельности считается Выготский Л.С. Впоследствии его идеи развивали Рубинштейн С.Л., Леонтьев А.Н., Лурия А.Р., Ананьев Б.Г. С момента интенсивного развития психологии в СССР разрабатывать деятельностьный подход продолжали Ломов Б.Ф., Климов Е.Л., Шадриков В.Д., Брушлинский А.В.

Одним из важнейших понятий деятельности или, как иногда говорят, конституирующей, характеристикой деятельности является ее предметность. При этом предмет деятельности выступает двояко: первично - в своем независимом существовании, как подчиняющий себе и преобразующий деятельность субъекта, вторично - как образ предмета, как продукт психического отражения его свойств, которое осуществляется в результате деятельности субъекта и иначе осуществиться не может» [Леонтьев]. Деятельность возникает в ответ на потребность (понимаемая очень широко), которая опредмечена в мотиве, ее главными образующими являются цели и соответственно отвечающие им действия, средства и способы их выполнения. Деятельность субъекта опосредуется и регулируется психикой: восприятием, мышлением, памятью, всеми психическими процессами, свойствами и состояниями. Деятельность воплощается в своем продукте [А.Н.Леонтьев]. Упрощая, введем схему: побуждение – цель – действия – результат.

## **2 Понятие и структура политической деятельности**

Политическая деятельность - это взаимодействие организованных и осуществляющих властные функции индивидов и групп. Характерными чертами политической деятельности являются концентрация усилий на решении общих для данной группы проблем. Восприятие политических институтов государства в качестве основных инструментов решения этих проблем и использование политической власти как главного средства достижения поставленных целей. При рассмотрении политики как деятельности есть все основания признать ее и наукой, и искусством управления, выстраивания отношений, реализации интересов.

Предметом политической деятельности всегда являются проблемы жизнедеятельности людей, владения государственной (политической) властью и участия в ее осуществлении, определение перспектив и направлений общественного движения, управление общественно-политическими, социально-экономическими процессами обществе.

Политическая деятельность сознательно выбирается и является профессиональной занятостью в системе органов государственной власти, работа в органах местного самоуправления, работа в аппарате политических партий и общественных организаций. Политическая деятельность является принципиально важной для всех остальных сторон личной жизни политика. Политика при этом выступает для субъекта деятельности как «призвание и профессия».

## **3 Психологический механизм регуляции политической деятельности**

В структуре политической деятельности в рамках политической психологии целесообразно выделять три компонента:

- мотивационно-целевой, который предполагает определение перспективных и ближайших целей, постановку принципиальных задач и обеспечение заинтересованности субъекта в их реализации;
- операционально-деятельностный, обеспечивающий выработку методов, средств, форм действий, с помощью которых поставленные цели могут быть достигнуты оптимальным образом;
- результирующий, характеризующий успешность реализации намеченных политических целей и задач благодаря активности и профессионализму политических кадров.

Содержание политической деятельности определяется как совокупность решений, принимаемых политическим деятелем или группой, относящихся к выбору целей и методов их достижения в зависимости от конкретной ситуации. В деятельностной цепи выделяются такие элементы, как:

- 1) выбор целей, что предполагает знание творца политики о ценностях и их иерархии;
- 2) методы достижения целей, которые должны включать поведение людей;
- 3) ситуация, характеризуемая таким взаимодействием между политическим процессом и социальной и физической средой, которое ограничивает достижение целей, в результате чего для этого требуется применение политических средств;
- 4) контроль, который политический деятель может осуществлять посредством власти, убеждения, насилия.

По мнению английских исследователей Г. Понтонна и П. Джилла, политика включает три аспекта: способ, посредством которого люди понимают социальные вопросы и распоряжаются ими, особенно при ограниченных ресурсах; принципы, лежащие в основе этого средства, путем которых отдельные лица или группы людей приобретают и удерживают больший контроль над ситуацией, чем другие.

Выделение западными исследователями в структуре политической деятельности процесса реализации ее целей и задач, включение в него таких моментов, как наличие конкретных ситуаций, держание контроля над ними и прогнозирование результатов, значительно больше свидетельствует о переводе теоретического уровня политической деятельности на практический. Следовательно, правомочно рассматривать политическую деятельность как технологический процесс.

#### **4 Субъекты политической деятельности в гражданском обществе**

Субъектами профессиональной политики в гражданском обществе являются публичные политики, действующие персона власти и оппозиции, лидеры партий и функционеры аппаратов партий и администраций, ньюсмейкеры, в целом политическая элита. Термин «элита» обозначает лучшее, отличное, избранное. Впервые употребляться стал для оценочной характеристики лучшего пород скота, зерновых культур, земельных угодий. С течением времени это слово стали применять к той части общества, в которой состояли уважаемые, почитаемые, богатые, авторитетные, известные представители различных социальных групп. Но прежде всего это касалось людей из высших слоев политики, бизнеса, искусства и военной сферы. Они принадлежали, с точки зрения участия в общественном управлении, к тем, кто мог быть назван прямым субъектом политики и власти, кто входил в структуры институтов государства, вырабатывал законы, участвовал в процедурах принятия решений, реализации военной и судебной политики государства, определял его торговый климат и международные связи.

Политическая деятельность политической элиты может рассматриваться как профессиональная деятельность. И хотя о профессиональной политике не принято говорить как о профессиональной деятельности, и в самом деле политиков не готовят в вузах, по специальности «политика и власть». Тем не менее, считать политику в исполнении тех, кто может быть отнесен к политической элите, любительским занятием также нет оснований. Такая политическая деятельность отнимает практически все время, требует максимальной концентрации сил, принятия ответственности и предполагает наличие значительного политического опыта и разнообразных знаний.

#### **11 лекция Психология политического лидерства**

*Цель - сформировать систему научных знаний о теориях лидерства, понятии харизматический лидер, личностных особенностях политических лидеров, взаимодействии лидеров со своими последователями.*

- 1 Феномен лидерства
- 2 Призвание к политической деятельности
- 3 Теория черт

## 4 Ситуационная теория

### 1 Феномен лидерства

Понятие лидерства широко распространено в социологии, политологии, психологии и ряде других наук о человеке и обществе. Лидерству посвящены обширные теоретические и эмпирические исследования. Проблема лидерства является междисциплинарной, но психологам принадлежит приоритет, как в исследованиях, так и по разработанности проблемы.

Феномен лидерства — наиболее активно изучаемая проблема политической психологии, это «человеческое измерение» важнейшей проблемы всей политической науки и практики — проблемы власти. Именно здесь накоплен основной массив исследований, концепций и попыток теоретического обобщения. В изучении феномена лидерства, в отличие от ряда других разделов политической психологии, пока еще нет «окончательного диагноза», который позволил бы кратко суммировать и обобщить имеющиеся достижения, отбросив заведомо неверные концепции.

Ключевым является вопрос о том, какие психологические механизмы побуждают или заставляют людей признавать в одном человеке лидера, а другому — отказывать в праве, привилегии и ответственности на такое признание.

С одной стороны, власть в политико-психологическом измерении — это способность властвующих («верхов») заставить себе подчиниться, то есть некоторая потенция лидера, политического института или режима. С другой стороны, власть в том же самом политико-психологическом измерении — это готовность «низов» подчиняться «верхам». Так возникают две стороны одной модели феномена лидерства: способность «верхов» и готовность «низов».

Анализ лидерства интересен с психологической точки зрения только в той степени, в какой мы находим ответ на вопрос о том, как лидеры становятся таковыми. Существует два типа лидерства: лидерство «лицом к лицу», осуществляемое в небольших группах, где все участники процесса имеют возможность непосредственно взаимодействовать между собой; «отдаленное» лидерство, то лидерство вождей, за которым идут многочисленные массы.

Важнейшей чертой отдаленного лидерства является то, что общение лидеров с последователями редко осуществляется непосредственно в личных контактах. Определяющим для него становится общение опосредованное. Это означает не только то, что взаимодействие происходит с помощью различных средств массовой информации, но и то, что между ними появляется такой промежуточный элемент, как имидж лидера. В качестве лидера мы имеем здесь не реальную личность, как в случае лидерства «лицом-к-лицу», а образ лидера. Этот образ формируется в результате коммуникации между политиком и аудиторией.

Опосредованный характер отношений лидера с последователями ведет к тому, что одним из самых и наиболее эффективных средств воздействия лидера на публику становится коммуникация. Очень часто последователи имеют дело не со своими личными и непосредственными впечатлениями от лидера, его деятельности и его жизни, а каждый раз с рассказом о лидере, с сообщением, подготовленным специально для восприятия другими лицами, содержащим определенную точку зрения и составленным с целью повлиять на получателя этой информации.

Лидер - это авторитетный член любой социальной группы, личностное влияние которого позволяет ему играть существенную роль в социальных процессах и ситуациях. Группа признает за лидером право принимать решения в значимых для нее ситуациях, в регулировании взаимоотношений в коллективе, группе, обществе.

### 2 Призвание к политической деятельности

Соотнося основные черты личности исследуемого политика с важнейшими судьбоносными решениями, которые он принимал на протяжении своей жизни самостоятельно, а также анализируя его деятельность по претворению в жизнь этих решений, мы можем разглядеть определенную логику в цепи его выборов, обозначаемую как сущностное направление деятельности или призвание. Эта категория тесно коррелирует с понятием ценностной ориентации Г. Олпорта, рассматривавшего следующие жизненные ценности человека:

**Теоретические ценности.** Человек, придающий особое значение этим ценностям прежде всего, заинтересован в раскрытии истины. Такой человек характеризуется рациональным, критическим и эмпирическим подходами к жизни. Теоретический тип в высшей мере интеллектуален и чаще избирает для себя деятельность в области фундаментальной науки или философии.

**Экономические ценности.** "Экономический" человек выше всего ценит то, что полезно и выгодно. Он исключительно практичен и прочно придерживается стереотипа "преуспевающего бизнесмена". Представители этого типа живо интересуются тем, как делать деньги; знания, не находящие конкретного применения, они считают бесполезными. Многие блестящие достижения в области техники и технологии явились результатом реализации научных потребностей людей экономического склада.

**Эстетические ценности.** Такой человек больше всего ценит форму и гармонию. Воспринимая любые жизненные явления с точки зрения красоты, симметрии или уместности относящиеся к этому типу люди трактуют жизнь как ход явлений, при котором каждый отдельный индивидуум наслаждается жизнью ради самого себя. Эстетический субъект не обязательно будет творцом, художником, но его склонности могут проявляться в повышенном и активном интересе к эстетическим сторонам жизни.

**Социальные ценности.** Наивысшей ценностью для социального типа является любовь людей. Весьма вероятно, что такой человек будет рассматривать теоретические, экономические и эстетические подходы к жизни как холодные и негуманные, считая любовь единственной приемлемой формой человеческих взаимоотношений. В чистом виде социальная установка является альтруистической и тесно связана с религиозными ценностями.

**Политические ценности.** Доминирующим интересом политического типа является власть. Профессиональная активность людей этого типа не обязательно ограничивается сферой политики, поскольку лидеры в любой области выше всего ценят власть и влияние. Таким образом, для "политических личностей" существуют явные индивидуальные различия в отношении ценностной власти. В то же время, незавуалированное выражение данного мотива у людей политического типа отвергает все другие в стремлении к власти, влиянию, славе и известности.

**Религиозные ценности.** Представители данного типа, главным образом, заинтересованы в понимании мира как единого целого. Независимо от способа самопроявления, религиозная личность видит в мироздании прежде всего единство и высший смысл.

Призвание к политической деятельности во многом определяется тем, в какой степени ценностная ориентация и другие определяющие характеристики личности политика совпадают с содержанием его политической деятельности. Иными словами - на своем ли он месте.

### **3 Теория черт**

Теории черт, или теории «великого человека», или харизматические теории лидерства, - объясняют лидерство на основе наследственности. Данная группа теорий возникла под влиянием исследования Ф. Гальтона, пытавшегося объяснить лидерство на основе наследственности.

Теория черт создавалась на основе выявления качеств, присущих идеальным лидерам - героям. Суть этой теории состоит в объяснении феномена лидерства выдающимися качествами личности - превосходящие интеллектуальные дарования доставляют личности выдающееся положение, рано или поздно приводящее к лидерству. Среди черт, присущих политическому лидеру, обычно называют острый ум, твердую волю, кипучую энергию, незаурядные организаторские способности, умение нравиться людям, компетентность и, особенно, готовность брать на себя ответственность. К обязательным качествам современных политических лидеров в демократических странах все чаще добавляют фотогеничность, внешнюю привлекательность и ораторские способности.

Для проверки теории черт были проведены конкретные исследования. Они в значительной мере опровергли эту теорию. Оказалось, что при детальном анализе, индивидуальные качества лидера почти полностью совпадают с полным набором психологических и социальных признаков личности вообще. Кроме того, в некоторых сферах деятельности, прежде всего в области предпринимательства, высокие интеллектуальные и моральные качества являются скорее препятствием для занятия лидирующих позиций, чем условием успеха. На протяжении многих лет, а часто и всей жизни, многие выдающиеся способности людей оказываются невостребованными, не находят применения.

Все это вовсе не означает полного отрицания теории черт. Очевидно, что для занятия лидирующих позиций в условиях политической конкуренции действительно нужны определенные психологические и социальные качества. Однако их набор значительно варьирует в зависимости от исторической эпохи и особенностей конкретного государства.

Учет всего этого породил вторую волну теории черт, или ее факторно-аналитическую концепцию. Она различает индивидуальные качества лидера и характерные для него черты поведения, связанные с достижением определенных политических целей. Между этими двумя группами свойств лидера могут быть существенные различия. Факторно-аналитическая концепция вводит в теорию лидерства понятие целей и задач, связанных с определенной ситуацией. В результате взаимодействия индивидуальных качеств лидера и стоящих перед ним целей, вырабатывается стиль его поведения (стиль лидерства), составляющий его "вторую природу". Стиль и целевая ориентация лидера несут на себе отпечаток конкретных социальных обстоятельств.

#### **4 Ситуационная теория**

Ситуационные или атрибутивные теории лидерства рассматривают появление лидера как результат места, времени и обстоятельств. Эти теории анализируют лидера как управляемого своими последователями. Влияние лидеров зависит от среды, их действия должны быть связаны с ее характеристиками. Лидеры должны приспособляться к проблемам своих обществ. Они не могут ставить любые, пришедшие им в голову задачи и надеяться при этом на успех.

Идею зависимости лидерства от определенных социальных условий развивает и обосновывает ситуационная концепция. Она исходит из относительности, и множественности феномена лидерства. Лидер, по этой теории - функция определенной ситуации. Именно сложившиеся конкретные обстоятельства определяют политического лидера, детерминируют его поведение и принимаемые им решения. Требования к лидеру значительно различаются и в зависимости от того, находится ли данное государство в состоянии кризиса или развивается стабильно.

С точки зрения ситуационного подхода, лидерские качества относительны. Один человек может проявить черты лидера на митинге, другой - в повседневной политико-организационной работе, третий - в межличностном общении и т.п. В целом же, лидеров

отличают главным образом, готовность взять на себя ответственность за решение той или иной задачи и компетентность.

Ситуационная теория не отрицает важную роль индивидуальных качеств личности, однако не абсолютизирует их, а отдает приоритет в объяснении природы политического лидерства требованиям объективных обстоятельств. На основе этой концепции, подтверждаемой эмпирическими исследованиями, был получен вывод, что в современном западном обществе большие шансы на успех имеет беспринципный человек, ориентирующийся на политическую конъюнктуру. Однако такие выводы, как и ситуационная теория в целом, подтверждаются, далеко не полностью, поскольку ограниченность этой теории состоит в том, что она недостаточно отражает активность лидера, его способность переломить ситуацию, раньше других заметить новые прогрессивные тенденции и возможности их использования и заблаговременно решить острые социально-политические проблемы.

Уточнением, развитием и качественным обогащением ситуационной теории, явилась теория, объясняющая феномен лидера через его последователей и конститuentов (избирателей). По этой теории, именно последователь воспринимает лидера, воспринимает ситуацию и, в конечном счете, принимает или отвергает лидерство. Достоинством такого подхода к лидерству является рассмотрение его как особого рода отношений между руководителем и его конститuentами, выступающих в виде цепочки взаимосвязанных звеньев: конститuentы - последователи - активисты - лидер. Анализ конститuentов во многом позволяет понять и предсказать политическое поведение лидера, предвидеть принимаемые им решения.

В формировании и функционировании отношений "лидер - конститuentы", особенно велика роль политических активистов. Именно они достаточно компетентно оценивают его личные качества и возможности, организуют кампании в его поддержку, выступают "приводным ремнем", связывающим его с массами, т.е. "делают" лидера.

Однако, в силу сохранения качественной разносторонности компоненты лидерства в действительности не соединяются в системное целое. Ситуационная теория во многом оставляет в тени внутренний механизм вызывания лидеров и последователей, тех и других с ситуационными, общесоциальными, детерминантами лидерского процесса.

## **12 лекция Мотивация политической деятельности**

*Цель – сформировать систему научных знаний о мотивации политической деятельности, ее видах, мотивации, принятых в исследованиях мотивации политических лидеров.*

- 1 Категория мотивации деятельности и поведения в психологии
- 2 Мотивационные теории политического лидерства Д. Маклеланда и Дж. Аткинсона
- 3 Мотивация политической деятельности как амбиции: В.Ф. Стоуна, Д. Шлезингера, Дж. Штерна
- 4 Мотивации достижения успеха Дж. Аткинсона и Н. Физера

### **1 Категория мотивации деятельности и поведения в психологии**

Понятие мотивации является одной из основных при объяснении движущих сил поведения и деятельности. В настоящее время нет единства в понимании проблем мотивации. Существует многозначность и противоречия в основных понятиях побудительных сил, мотивации, происхождение и описание которых весьма разнятся в зависимости от психологической парадигмы, тем не менее, есть во всех психологических представлениях о личности.

«В современной психологии термином "мотив" (мотивация, мотивирующие факторы) обозначаются совершенно разные явления» [Леонтьев]. «Существует столько

различных мотивов, сколько существует содержательных классов отношений “индивид – среда” [Хекхаузен]. Но сомнений не вызывает тот факт, что существует некоторая побудительная сила, саморегулирующая активность индивида, или как минимум, дающая основания для интерпретации поступка.

Мотив порождается такими побудительными силами как потребность, установка, идеалами, ожиданиями, нормами, ценностями, и пр. Функции мотивации побуждение к движению к объекту, смыслообразование, оценивание, структурирующие целесообразность целеполагание.

## **2 Мотивационные теории политического лидерства Д. Маклелланда и Дж. Аткинсона**

Так, общепризнанной является классификация мотивов, предложенная Д. Маклелландом и Дж. Аткинсоном, где выделены три ключевых мотива: мотив власти, мотив достижения и мотив аффилиации (стремления быть с другими). Иногда мотив власти дополняется мотивацией контроля, который выступает как четвертый компонент этой схемы.

В психологической концепции мотивации Д. Маклелланда речь идет о гипертрофированном стремлении к власти связано с обстоятельствами формирования личности, порождающими у нее низкую самооценку, страдания пассивности, слабости, опасение оказаться под чьим-то каблуком. В другом случае потребность во власти может стать результатом развития агрессивных и деструктивных черт личности. Мотив контроля над людьми и ситуацией является модификацией мотива власти. Политические психологи придают этому мотиву особое значение, так как полагают, что поведение в политике напрямую связано с развитием этого психологического показателя. Мотив достижения проявляется в политическом поведении в заботе о совершенстве, мастерстве, в стремлении добиться поставленных целей максимальным эффектом. Этот мотив может быть индифферентен содержанию одержим ли политик карьерным ростом или он озабочен стремлением к общественному благу. По мнению Д. Маклелланда и Дж. Аткинсона, которые привлекли внимание психологов к этому мотиву, он имеет отношение к мастерству, манипулированию, организации физического и социального пространства, преодолению препятствий, установлению высоких стандартов работы, соревнованию, победе над кем-либо [143, 151]. Люди, стремящиеся к достижениям, нередко ищут власти, чтобы достичь своей цели. Они более спокойно относятся к изменениям в окружающем мире. У людей с высокой потребностью во власти проявляется тенденция к сильной ориентации на задачу, при этом неудача в начале лишь делает эту задачу для них еще более привлекательной. Интересен вывод о том, что мотивированные на достижение политики рассматривают других людей или группы в своем окружении в качестве фактора помощи или, наоборот, помехи для их достижений. При этом они предпочитают быть независимыми и избегать таких межличностных отношений, которые могли бы привести их к зависимости.

Таким образом, в психологической концепции Маклелланда речь идет не только о политической власти, но и о власти в семье, в отношениях на производстве, в других сферах жизни. Власть это некая ценность, к обладанию которой стремятся в той или иной степени все люди. Маклелланд выделил два типа мотивации.

Во-первых, мотивация избежать провала выше мотивации достичь успеха. Такая мотивационная схема описывает поведение человека, покидающего поле боя со словами: «Я проиграл, потому что не хотел и не пытался выиграть».

Во-вторых, мотивация достичь успеха выше мотивации избежать провала. Это типичная мотивационная схема поведения реальных политических лидеров.

Потребность в аффилиации — это потребность в принадлежности к группе и получении одобрения, которая проявляется в заботе политика о хороших отношениях с другими. Потребность в аффилиации подразумевает дружественные, теплые отношения с

другими. Личность с доминантой на мотиве аффилиации предпочтет поведение, которое даст эмоциональный комфорт, скорее, чем контроль над другими, власть или успех. Для политика развитая мотивация аффилиации сделает значимыми одобрение со стороны партнера во время переговоров, дружественный климат и наличие команды единомышленников. Для рядовых граждан мотивация аффилиации во многом определяет принадлежность к политическим организациям, которые не только отстаивают те или иные интересы, но и дают ощущение единства, защищенности.

В психологической концепции мотивации Д. Маклелланда речь идет о гипертрофированном стремлении к власти связано с обстоятельствами формирования личности, порождающими у нее низкую самооценку, страх пассивности, слабость. Опасение оказаться под чьим-то каблуком. В другом случае потребность во власти может стать результатом развития агрессивных и деструктивных черт личности. Мотив контроля над людьми и ситуацией является модификацией мотива власти. Политические психологи придают этому мотиву особое значение, так как полагают, что поведение в политике напрямую связано с развитием этого психологического показателя.

### **3 Мотивация политической деятельности как амбиции: В.Ф. Стоуна, Д. Шлезингера, Дж. Штерна**

Согласно В.Ф. Стоуну, мотив — это своеобразная влечущая «навязчивая идея», основанная на внутренней потребности компетентно общаться с окружающей средой. Независимо от первоначальной потребности (власть, престиж, самовыражение), мотивация зависит от осознаваемых человеком возможностей. Чаще всего индивид выставляет свою кандидатуру, когда осознает, что у него есть вероятность победить, достаточно навыков и серьезная поддержка. Как заметил Д. Шлезингер, «амбиции часто развиваются в специфической ситуации как ответная реакция на возможности, открывающиеся политику». «Теория амбиций» предполагает рациональную оценку ситуации. Дж. Штерн предложил следующую формулу мотивации:

$$\text{МОТИВАЦИЯ} = f(\text{МОТИВ} \times \text{ОЖИДАНИЕ} \times \text{СТИМУЛ})$$

Это означает, что амбиции кандидата представляют собой функцию его личных мотивов (власть, успех, уважение), его ожиданий относительно занятия должности и «ценности приза». Ожидания индивида определяются его отношением к политической системе, будущим возможностям как политика, оценкой собственных способностей и вероятной поддержкой. Другими словами, будущие престиж, власть и зарплата определяют амбиции политика.

### **4 Мотивации достижения успеха Дж. Аткинсона и Н. Физера**

Дж. Аткинсон и Н. Физер о мотивации достижения успеха и мотивации избегания провала в контексте вероятности успеха предположили, что поведение человека направлено на избегание провала столь же, сколь и на достижение цели. Они выделили два мотива, связанных с потребностью в достижении: мотив достижения успеха и мотив избегания провала, причем оба они рассматриваются в контексте вероятности успеха.

Мотивация же, по Дж. Аткинсону, подразделяется на два типа: с одной стороны, мотивация успеха ( $M_u$ ), с другой же — мотивация избегания неудачи ( $M_n$ ). Используя язык формул, можно записать:

$$M_u = f(M_u \times O_u \times C_u)$$

$$M_n = f(M_n \times O_n \times C_n)$$

То есть, уровень удовлетворения в случае успеха и степень унижения в случае поражения зависят от субъективных ожиданий индивида относительно возможных последствий как того, так и другого. В случае, если в мотивационной модели индивида  $M_n$  превышает  $M_u$ , индивид выбирает либо ситуацию со стопроцентным успехом, либо очень рискованные предприятия (для легкого оправдания своего провала). Если  $M_n$  равна  $M_u$ , то результативная мотивация равна нулю, она практически отсутствует. И, наконец,

чем больше  $M_u$  по сравнению с  $M_n$ , тем выше субъективная вероятность успеха, так как относительная сила мотивации влияет на эту вероятность и смещает ее вверх. Беспокойство относительно провала тем сильнее, чем дальше возможность успеха от границы 50:50.

Итак, для лидерства важен мотив плюс возможность его реализации, так как мотив без такой возможности равен движению без направления. В одном из них эпицентром выступает личность лидера — исследуются психологические особенности конкретных государственных, политических и общественных деятелей.

### **13 лекция Психология принятия политических решений**

*Цель - сформировать систему научных знаний о психологических особенностях принятия политических решений политическими лидерами*

- 1 Психология принятия управленческих решений
- 2 Политический выбор
- 3 Убеждения политического лидера как основание для принятия политических решений
- 4 Стиль принятия политических решений

#### **1 Психология принятия управленческих решений**

Принятие решений может рассматриваться как определенные и устоявшиеся интеллектуальные действия по осуществлению выбора, которому лицо принимающее решение (ЛПР) было научено. Отличительные особенности управленческих решений - это систематизированный процесс, это выбор альтернативы, осуществленный лицом принимающим решение в рамках его должностных полномочий, компетенции и направленный на достижение целей организации в целом и её работников, и его решения могут существенно повлиять на жизнь многих людей. В организациях существует определенное разделение труда: одни работники (менеджеры) заняты решением возникающих проблем и принятием решений, а другие (исполнители) - реализацией уже принятых решений. Выделяют два уровня решений в организации: индивидуальный и организационный или чаще употребляемый термин «групповое принятие решений».

Анализ литературы по теории принятия решений позволяет выделить последовательность действий, алгоритм или этапы в принятии управленческих решений, которые должен совершить ЛПР. Все, кто проходил специальную управленческую, конструкторскую или исследовательскую подготовку, знают алгоритмы принятия решений. Основные этапы и операции, осуществляемые при принятии управленческих решений вошли в учебники по менеджменту и психологии интеллекта и в тех или иных вариантах и представляют следующую последовательность принятия решения:

Фиксация, осознание и идентификация проблемы. Собственно принятие решений, как и любая другая интеллектуальная деятельность, начинается с фиксации проблемы.

Формирование субъективного представления о задаче. Проблема должна быть преобразована в задачу, у которой есть условия, и есть вопрос, на который ищется ответ.

Принятие решений в условиях неопределенности и риска зачастую не имеют вопроса, его еще предстоит сформулировать. Для его формулировки совершенно необходима постановка цели решения. Вместе с тем для формулирования цели приходится начинать с формулирования ожиданий желаемого будущего.

Принятие решений в условиях неопределенности и риска зачастую не имеют также и условий. Условия также приходится формулировать ЛПР, для этого необходим анализ ситуации, и в первую очередь, анализ ресурсной базы.

Затем появляется возможность формирования исходного множества альтернатив, генерирование вариантов решения – что можно сделать для того чтобы достичь цели.

Собственно для решения необходимы критерии, позволяющие ответить на вопрос об эффективности каждого из вариантов, следовательно, следующим шагом является формирование критериев решения.

Следующий шаг требует от ЛПРа особого мастерства - определение и оценка риска, сравнение, взвешивание альтернатив по критериям, оценка полезности и вероятности исходов.

Собственно решение - выбор оптимального варианта, выбор наилучшей или максимизированной альтернативы, т.е. варианта дающей наибольшую выгоду при наименьших затратах.

В управленческих решениях, а тем более политических решениях большое значение играют согласование решения, организация реализации решения и оценка результата, коррекция решения и ответственность ЛПРа.

## **2 Политический выбор**

При огромном разнообразии приложения властных усилий применяется психологически однородная универсальная функция – принятие решений. Это главная функция политической элиты и политических лидеров. Политическая элита формирует государственные цели и стратегии достижения, проекты и программы для страны. Политическая элита является проектировщиком будущего и субъектом принимающим ответственность за реализацию проекта.

Успешная реализация стратегической функции политической элиты определяется не только качественным кадровым составом «мозгового штаба», привлекаемого к выработке политического курса страны, но и состоянием общественного мнения в стране, его отражения в принимаемых политических решениях.

Политическое решение — это творческий акт субъекта политического управления (органа или политика), определяющий политическую программу деятельности, в которой не только поставлена цель, но и сформулированы задачи, предусмотрены исполнители, выделены трудовые, материальные, финансовые и иные ресурсы, закреплена ответственность на основе закона объективных законов функционирования государственной власти.

## **3 Убеждения политического лидера как основание для принятия политических решений**

Убеждения политического лидера относительно окружающего мира организованы в характерную для него систему. Эта система убеждений позволяет ему ориентироваться в окружающей его политической реальности, интерпретировать ее и избирать соответствующую стратегию взаимодействия и определяют политическое поведение лидера. Однако не все убеждения являются одинаково стабильными: те из них, которые помогают политическому лидеру лучше понимать окружающий мир и адаптироваться к нему, являются более открытыми к изменениям. Другие, основанные на внутренних потребностях установления и сохранения самоидентичности, защищающие против внутренних конфликтов и внешней опасности, напротив, более устойчивы к изменениям.

Мы можем их понимать как стратегические и тактические убеждения. Философские (стратегические) и инструментальные (тактические) убеждения организованы как бинарные оппозиции. Рассмотрим наиболее значимые для принятия политических решений убеждения.

Философские (стратегические) политические убеждения: о природе политики, (конфликт или гармония), образ оппонента (сотрудник или враг), образ союзника (вести себя с ним автономно или осуществлять совместные действия), о контролируемости истории, о предсказуемости исторических событий, оптимизм (пессимизм).

Инструментальные (тактические) убеждения. Убеждения о выборе целей с помощью прагматического решения проблемы или моралистической идеологии.

Убеждения относительно приоритетов внешней политики или внутренней. Убеждения о своей способности контроля над риском (высокий риск или низкий). Убеждения о выборе времени действия (переговоры с позиции силы или слабости). Убеждения об используемых средствах (вооруженная интервенция и невмешательство). Убеждения о своей деятельности (она должна быть активная или пассивная).

Система убеждений выполняет три взаимодополняющих функции: помогает определить ситуацию и установить ее наиболее выдающиеся характеристики; создает средства для понимания политической и международной систем и потенциалы для действия в них; задает параметры, которые устанавливают круг возможных действий и приоритетов среди системы убеждений различаются по своей форме. Наиболее важными отличиями являются степень открытости и степень сложности системы убеждений политического лидера. Открытость системы убеждений связана с восприимчивостью политического лидера к информации, которая противоречит его убеждениям, а также с его способностью и желанием изменять систему в соответствии с новой информацией.

#### **4 Стиль принятия политических решений**

Стиль принятия политических решений предполагает способность привлечения собственного творческого потенциала при использовании предпочитаемых средств и методов решения этой задачей. Стиль принятия решения состоит из нескольких компонентов: подход к получению новой информации; характеристики мышления; предпочтение определенной величины риска; количественная активность, то есть способность к анализу и синтезу; информационные процессы; последовательное целеполагание и способность противостоять двойственности.

Подход к получению информации с политических объектах является очень важной характеристикой лидера, определяющей остальные познавательные процессы. Здесь возможны различные варианты подхода к информации, но, главным образом, выделяются:

- 1) склонность воспринимать лишь ту информацию, которая совпадает с собственной точкой зрения;
- 2) склонность получать максимальную информацию во всех сторонах вопроса, отсутствие боязни противоречащей его точке зрения информации;
- 3) склонность получать любую, как позитивную, так и негативную, информацию о проблеме, но в сжатой до предела, схематической форме.

В оценке стиля принятия решения политическим лидером очень важным критерием является когнитивная активность, то есть уровень дифференциации и интеграции, которые характеризуют информационный процесс политического лидера. Она проявляется в письменных и речевых текстах.

Когнитивная активность имеет два взаимосвязанных аспекта сложности: концептуальную сложность и интегративную сложность. Концептуальная сложность представляет собой степень дифференциации, которую политический лидер демонстрирует при описании или обсуждении других людей, политики, идей или вещей.

Чем более концептуально сложными политический лидер может видеть различные причины и стороны событий и явлений, тем более он склонен считаться с возможностью двойственности в окружающем мире и тем более гибок он в реагировании на объекты или идеи. Чем более концептуально прост политический лидер, тем сильнее у него тенденция классифицировать объекты и идеи с помощью полярных измерений: хорошо - плохо, черное - белое, или - или; тем сильнее его нежелание видеть двойственность в окружении и реагировать скорее однообразно на объекты и идеи.

Интегративная сложность означает способность соотносить различные элементы и измерение проблемы или ситуации путем создания комбинаций, синтеза, интеграции. Различные уровни дифференциации и интеграции в информационном процессе имеют результатом различные стратегии решения. Таким образом, интегративная сложность является атрибутом процесса получения, интерпретации и интеграции информации.

Гибкость мышления политического лидера теснейше связана с его подходом к получению информации. Если он получает широкую разностороннюю информацию, то он оперирует более адекватными объемными образами, позволяющими мыслить большим набором категорий. В то же время жесткость мышления не редко определяется большим количеством политических стереотипов, однако стереотипность мышления не может рассматриваться однозначно как препятствие к изменению политического курса, повороту его в иное русло. Стереотипность сужает эту способность, но все же политик, оперирующий в основном в своем мышлении политическими стереотипами, может трансформировать свое поведение в мире, придать ему другую направленность.

Продуктивность мышления отражает способность лидера к рождению новых творческих и оправданных реальностью политических идей. Не секрет, что в большинстве правительств мира политическая стратегия вырабатывается определенной группой людей.

Однако политический лидер весьма часто стоит перед задачей быстрого решения, принципиально нового подхода к проблеме, без опоры на советников и экспертов. В таких ситуациях непродуктивность мышления может привести политического лидера к серьезным затруднениям и даже кризисам. При динамичном развитии политической ситуации, особенно конфликтной, неспособность к принципиально новым подходам и идеям столь же губительна, как и опора на отжившие и уже не соответствующие моменту стереотипы.

Скорость мышления политического лидера - одна из существенных характеристик для выживания как его государства в момент военно-политического кризиса, так и его самого в качестве главы правительства. Конечно же, можно говорить лишь об относительной медлительности мышления некоторых политических лидеров, поскольку тугодум просто в силу естественного отбора не может стать лидером государства. Аналитичность мышления лидера существенно влияет как на формирование долгосрочной политической стратегии, так и на принятие экстренных решений в острых политических и международных кризисах.

Способности выявить все составные элементы ситуации, их взаимосвязь, структуру в целом позволяет лидеру увидеть причинно-следственные связи в политических явлениях.

Стиль принятия политических решений строго индивидуален для каждого политического лидера. Это может быть гибкий стиль со склонностью к риску или со склонностью к осторожности; жесткий со склонностью к риску или со склонностью к осторожности; эмоционально зыбкий или рациональный; креативный или стереотипный; интро- или экстравертно направленный и др.

#### **14 Кризисы в электоральных процессах и избирательных технологиях**

*Цель лекции – сформировать систему научных знаний о роли психолога в избирательных технологиях.*

1. Что такое технология?
2. Определение понятий психотехника и психотехнология
3. Что такое избирательная технология?
4. Субъект, цель, предмет избирательной технологии

##### **1 Что такое технология?**

Технология – есть определенная последовательность методов, способов, операций, действий, приемов, которые направлены на преобразование чего-либо, какого-либо материала. Каждое из действий есть воздействие на предмет технологии и направлено на преобразование чего-либо и приводящая к запланированному результату. Преобразования осуществляются на основе научно или в результате опыта установленных фактов, обеспечивающих предсказуемость и достижимость результатов. Эти преобразования

приводят к запланированному результату. Технологию осуществляет субъект преобразования, который создает проект преобразования, в котором отражены цели, последовательность этапов, средства и методы преобразования и ресурсное обеспечение. Каждое из действий достаточно просто в исполнении и не требуют личного мастерства профессионала, вместе с тем лица, осуществляющие те или иные операции должны иметь требуемый уровень подготовки, позволяющий осуществлять эти операции.

## **2 Определение понятий психотехника и психотехнология**

Понятие психологическая технология не вошел в тезаурус психологии, т.е. не получил своего места в психологических словарях и энциклопедиях. Контекст-анализ различных психологических работ показал, что психотехнология - совокупность (система) психологических средств и методов, психологических приемов воздействия на психику человека для получения определенного психологического эффекта. Правила воздействия для целого класса техник. В тот момент как психотехника – правила использования не класса конкретных приемов воздействия, а лишь группы конкретных приемов.

## **3 Что такое избирательная технология?**

Избирательная технология, политико-психологическая технология, технология избирательной кампании, электоральная технология или избирательная кампания часто используются как синонимы. Состязательность в политике, в периоды выборов достигает наивысшего уровня. Необходимость в психологическом консультировании лидеров, объединений, партий и отдельных кандидатов в депутаты возрастает именно в эти периоды.

Время использования таких технологий - накануне и в момент выборов в те или иные структуры власти. Политико-психологические технологии чаще всего имеют своим предметом преобразования сведений и взглядов избирателей, эмоциональных состояний, намерения избирателей и, в конечном итоге, результатом преобразований должно стать намерение голосовать за данного кандидата.

Избирательная технология строится на основании, что заранее известно в какой последовательности и с какой продолжительностью будут развиваться события. Технология предполагает, что можно проектировать, т.е.заранее записать на бумаге (создать документ) кто, что, зачем и к какому сроку должен сделать.

Этапы избирательных кампаний совпадают с этапами подготовки и проведения выборов, которые регламентируются Избирательным кодексом РБ.

Подготовительный этап длится практически все время между выборами. В ходе, подготовительного этапа проводится:

анализ электоральной ситуации в округе и, если есть такая возможность, исследуются избиратели.

Бюллетажное, в ходе которого собираются подписи или проводятся партийные или коллективные собрания по выдвижению и регистрируются кандидаты в депутаты.

Активация в ходе, которой проводятся мероприятия по продвижению как самих кандидатов в депутаты на встречах с избирателями, так и информационных материалов, представляющих кандидатов.

Собственно голосование.

## **4 Субъект, цель, предмет избирательной технологии**

Избирательная технология, как и любая другая имеет своего субъекта преобразования, объект и проект преобразования, в котором отражены цели и последовательность действий, средства, методы, приемы и операции воздействия на избирателя и ресурсное обеспечение.

Субъектом технологии может быть либо сам кандидат в депутаты, либо сотрудник организации, несущий ответственность за применение технологий.

На каждом этапе, в зависимости от ресурсного обеспечения осуществляются различные мероприятия, в которых в той или иной роли может участвовать психолог.

Целью избирательной кампании является заявление собственной системы ценностей, расширение числа своих сторонников, и, в конечном итоге, получение максимального числа голосов избирателей отданных за кандидата, который проводит избирательную кампанию. Разумеется, что результат зависит не только и не столько от деятельности команды кандидата, сколько от электоральной поддержки кандидата, но и качество и интенсивность кампании на количество поданных голосов также влияют положительно.

Технология избирательной кампании строится на допущении, что возможно осуществить психологическое воздействие на каждого избирателя. Для этого каждому избирателю должны быть доведены доступные для него информационные материалы.

### **15 лекция Психология формирования команды кандидата в избирательных кампаниях**

*Цель: сформировать научные знания о формировании команды кандидата, о психологическом сопровождении деятельности волонтеров, о требованиях предъявляемых к специалистам штаба кандидата.*

- 1 Общие вопросы технологии создания команды кандидата
- 2 Психологическое сопровождение волонтеров избирательных кампаний
- 3 Психологическое сопровождение деятельности штаба кандидата
- 4 Требования к сотрудникам штаба избирательной кампании

#### **1 Общие вопросы технологии создания команды**

Технология создания команды зависит от конкретного запроса «заказчика»:

- необходимо создать новую команду или организовать команду из давно работающих вместе сотрудников?
- «заказчик» готов провести полный комплекс мероприятий или имеет конкретный запрос (наладить взаимодействие между членами команды, оценить жизнеспособность команды, понять какого рода задачи под силу данной команде, сформировать у членов команды навыки эффективного решения проблем, стабилизировать климат в коллективе и пр.)?

Если перед психологом стоит задача создания новой команды, то необходимо будет провести следующие мероприятия:

1. Сформулировать общие требования к кандидатам в члены команды с учетом специфики деятельности фирмы, учреждения, команды.
2. Организовать отбор кандидатов (сроки и правила собеседования, рекламу для кандидатов и пр.).
3. Собрать кандидатов в члены команды на основе сформулированных требований (желательно, чтобы кандидатов было на 2—4 человека больше требуемого числа членов команды).
4. Провести с кандидатами в члены команды диагностические процедуры с целью определения совместимости между ними и жизнеспособности команды.
5. Определить окончательный состав членов команды.
6. Провести с членами команды установочные тренинги по формированию общих коммуникативных навыков и навыков системного анализа.
7. Составить программу долговременного психологического сопровождения команды.

Если перед психологом стоит задача «превращения в команду» членов уже имеющегося коллектива, ему придется провести следующие мероприятия:

1. Определить состав задач и работ, которые руководство планирует поручить организуемой команде.
2. Сформулировать требования к кандидатам в члены команды в соответствии с п. 1.
3. Подобрать диагностический инструментарий для выявления необходимых качеств у потенциальных кандидатов в члены команды.
4. Организовать отбор кандидатов (либо путем «всеобщего тестирования», либо путем «всеобщего собеседования», либо для потенциальных кандидатов провести краткосрочный коммуникативный тренинг, в условиях которого можно внимательно наблюдать за ними и собрать необходимую информацию, либо путем сочетания выше обозначенных путей).
5. Составить список кандидатов в члены команды (с учетом 2—4 «опасных игроков»).
6. Провести с кандидатами в члены команды диагностические процедуры с целью определения совместимости между ними и жизнеспособности команды.
7. Определить окончательный состав членов команды.
8. Провести с членами команды установочные тренинги по формированию общих коммуникативных навыков и навыков системного анализа.
9. Составить программу долговременного психологического сопровождения команды.

Команда - это небольшая группа людей, взаимодополняющих и взаимозаменяющих друг друга с ходе достижения поставленных целей. Организация команды строится на продуманном позиционировании участников, имеющих общее видение ситуации и стратегических целей и владеющих отработанными процедурами взаимодействия.

Команда проходит эволюцию от работы группы, которая создается для выполнения того или иного вида деятельности, до команды высшего качества. Не все команды достигают этого уровня - тогда они превосходят все ожидания и обладают высоким уровнем влияния на окружение. Такая команда характеризуется высоким уровнем навыков командной работы, распределением лидерства, ротацией ролей, высоким уровнем энергетика, своими собственными правилами и нормами, заинтересованностью в личностном росте и успехе друг друга.

## **2 Психологическое сопровождение волонтеров избирательных кампаний**

Относительно малочисленной группой персонала, занятого в команде кандидата являются добровольцы-помощники кандидата, волонтеры. Волонтеры осуществляют сбор подписей, в состав инициативной группы по сбору подписей, занимаются размещением информационных материалов и агитацией, пикетированием и поддержкой кандидата в выступлениях перед избирателями.

Акции, в которых приходится участвовать группам поддержки, практически всегда требуют интенсивного общения с разными и не знакомыми людьми, что у большинства волонтеров неизбежно вызывает тревогу, эмоциональное напряжение, стресс. В этом случае сочетание качеств коммуникабельности и стрессоустойчивости играет чрезвычайно важную роль в успехе деятельности добровольца.

Хорошо известно, что коммуникабельность и стрессоустойчивость у различных людей различна - одной из важнейших задач психолога – является отобрать тех, кто легче перенесет трудности избирательной кампании, подобрать персональный состав команд и групп поддержки кандидатов, относительно пригодности к деятельности добровольного помощника кандидата в депутаты.

Кроме этого психолог может участвовать в приглашении лиц, относительно которых известно, что они имеют опыт работы с интенсивным общением. В дальнейшем функцией психолога будет инструктирование волонтеров и проведение коммуникативных тренингов с добровольцами. Для некоторых волонтеров может понадобиться

психологическая разгрузка и эта деятельность также будет частью психологического сопровождения работы волонтеров.

### **3 Психологическое сопровождение деятельности штаба кандидата**

Штаб кандидата, в котором происходит принятие большинства, если не всех решений, осуществляется планирование и управление ходом кампании, состоит, как правило, из людей, не имевших опыт совместной деятельности. Как известно из социальной психологии, вновь созданная и не консолидированная группа имеет ряд особенностей, которые затрудняют коммуникации 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, наконец, просто различными могут быть просто стили деятельности.

Люди, собранные в штабе принимают декларацию о единой цели, при этом могут иметь различные цели, которые они пытаются достигать в ходе кампании. При этом, не всегда ясно осознавая эти различия, некоторые члены штаба стремятся «проявить себя» за счет дискредитации других.

Существуют различные ориентации, одни ориентированы на результат, следование регламенту и контроль, другие на процесс, атмосферу и отношения. Разнобой в способах принятия решений, одни склонны принимать интуитивные решения и доверять им, другие – использовать технологии принятия управленческих решений, также приводит к неразберихе в деятельности.

Разрушительные последствия для деятельности штаба могут иметь психологическая несовместимость и конфликты между демонстративными личностями и личностями, претендующими на лидерство.

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

### **4 Требования к сотрудникам штаба избирательной кампании**

При отборе кандидатов в штаб избирательной кампании следует обратить внимание на опыт, мотивацию сотрудников.

Легче всего оценить опыт — по числу выборов, в которых участвовал специалист. Информативными здесь являются такие факторы, как уровень выборов, должность, в которой он на них работал и общий стаж деятельности по данной специальности и в смежных областях. Бывает и так, что человек недавно пришел в политику, но до этого хорошо проявил себя в коммерческой рекламе или практической психологии — это тоже положительный опыт, заслуживающий внимания.

Гораздо сложнее определить мотивацию. Во многом ее формирует сам кандидат, когда старается привлечь хорошо специалиста в свой штаб. Мотивацией может быть сумма гонорара, должность после победы, повышение статуса или репутации, опыт интересной работы (в новом качестве или составе), личные отношения с кандидатом или спонсором — что угодно. Главное для кандидата - правильно определить, чем и в каком размере нужно заинтересовать специалиста, которого он приглашает к себе для участия в кампании так, чтобы, с одной стороны, не допустить излишней траты средств, а, с другой стороны, максимально мотивировать специалиста на эффективную деятельность с полной самоотдачей.

## **16 Психология формирования команды кандидата: диагностика тренинги сопровождение**

*Цель: сформировать научные знания о диагностике команды кандидата, о психологических тренингах создания команды и сопровождении деятельности штаба.*

- 1 Диагностика в создании команды штаба кандидата
- 2 Тренинги в создании команды штаба кандидата в депутаты
- 3 Психологическое сопровождение команды штаба кандидата в депутаты

### **1 Диагностика в формировании команды штаба кандидата**

Психодиагностические мероприятия проводятся с целью:

- отбора кандидатов в члены команды штаба;
- определения совместимости кандидатов между собой;
- определения потенциала к совместной деятельности у кандидатов;
- определения форм проявления творчества у кандидатов.

Понимание уровня совместимости, потенциала к совместной деятельности и форм проявления творчества у кандидатов позволит сделать вывод о жизнеспособности команды и о тех задачах, в решении которых команда будет наиболее продуктивна.

Для отбора кандидатов подбираются диагностические методики, позволяющие определить:

- Способность человека к эффективному гармоничному взаимодействию в коллективе (низкий уровень агрессии, низкий уровень личностной тревожности, отсутствие психопатологических и асоциальных черт, отсутствие выраженных внутриличностных конфликтов).

- Лидерский потенциал кандидата.

- Интеллектуальный потенциал (если это требует специфика работы команды).

- Уровень социального интеллекта (если это необходимо, по тесту Гилфорда—Салливена).

Для определения совместимости и потенциала к совместной деятельности лучше всего подходит проективная психодиагностика: совместное рисование. В среднем, для того чтобы сделать заключение, потребуется 5 занятий по 45 минут.

Формы проявления творчества можно определять и в процессе тренинга в игре «Семь испытаний царя».

### **2 Тренинги в создании команды штаба кандидата в депутаты**

Тренинг на этом этапе создания команды состоит из двух программ:

- «Эффективное взаимодействие в команде», объем 40 часов. В ходе занятий группа последовательно двигается по пяти ключевым психологическим идеям взаимодействия в команде от доверия к сотрудничеству, от сотрудничества к работе на общий результат, творческим действиям и конструктивной самореализации.

- «Технологии эффективного решения проблем», минимальный объем 24 часа. В ходе занятий отрабатываются навыки ситуационного анализа. Организовать тренинг можно по следующему тематическому плану:

- Знакомство с ситуационным анализом, технологиями «Восьми шагов» и «Оценки рисков». Объем 4 часа.

- Игровой тренинг: «Шесть шляп», «Королевский двор», «Олимпийский Совет», «Совет Асов». Объем 12 часов.

- Тренировочные игры для отработки технологий «Восемь шагов» и «Оценка рисков» на реальных ситуациях команды. Объем 8 часа.

### **3 Психологическое сопровождение команды штаба кандидата в депутаты**

На этом этапе команда работает самостоятельно, а психолог (или команда психологов) осуществляет ее сопровождение, которое может проявляться в следующем:

- Организации эффективной коммуникации в штабе кандидата в депутаты

- Индивидуальное консультирование членов команды.
- Проведение профилактических и образовательных мероприятий (тестирование, тренинги, тематические семинары и пр.).

## **17 лекция Психолог в проектировании имиджа кандидата: исследования избирателей**

*Цель лекции — сформировать систему научных знаний о понятии имидж политика, о функциях психолога по проектированию имиджей людей, организаций и идей в избирательной кампании*

- 1 Теоретический анализ понятия имидж
- 2 Определение понятия политический имидж
- 3 Психолог в организации исследований социально-психологических особенностей избирателей

### **1 Теоретический анализ понятия имидж**

В начале XXI века понятие «имидж» стало массовым. Поиск Яндекса находит 117 000 000 источников, с упоминаем слова имидж, их из них 22 000 000 картинки.

Несмотря на широкое распространение термина «имидж» в массовой культуре и рост количества публикаций по имиджологии, нет общего понимания того, что такое имидж, статуса научного понятия термин имидж не обрет.

Имидж (от англ. image и от лат. imago, imago) имеет несколько значений: образ, стереотип, мнение, репутация, паблисити, миф. В теории, и на практике распространено мнение, что все эти понятия равноценны и взаимозаменяемы. В научной литературе существует множество трактовок имиджа. Большинство авторов, для упрощения ситуации, обращается либо к одному из аспектов понимания имиджа, либо смешивают различные аспекты, рассуждая об имидже как однородном явлении. Ситуация с пониманием что такое имидж, усложняется еще и тем, что имидж рассматривается в применении к различным объектам, говорят об имидже человека, предмета, организации, идеи. Что именно имеет в виду автор, использующий понятие имидж, можно понять только по контексту.

### **2 Определение понятия политический имидж**

В политике человек реагирует, как правило, на имидж-репутацию. Образ субъекта политики должен соответствовать социальным ожиданиям (экспектациям) аудитории; экспектации проявляются двояко: как право ожидания исполнения обещаний субъектами политики и обязанность вести себя в соответствии с социальными ожиданиями. Соответствие системе ожиданий и требований относительно обещаний субъекта политики выражается со стороны аудитории «поддержкой», а несоответствие - «апатией». Чем больше несоответствие, тем сильнее «требования» к выдвижению нового политического субъекта.

Политический имидж - эмоционально окрашенный образ политика, сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа. В формировании имиджа важную роль играют стереотипы и ассоциации, с помощью которых люди наделяют объект восприятия хотя и распространенными, но нередко не отвечающими в частном случае реальности качествами. Имидж со временем не меняется. Формирование имиджа происходит как стихийно, т.е. неосознанно, так и сознательно, т.е. тщательно отслеживаются особенности восприятия политика его избирателями, и каждый раз продумывается новая стратегия и тактика формирования благоприятного образа.

Любой политический имидж - особый вид имиджа, включающий в себя общие политические и психологические характеристики, свойственные имиджу вообще, так и особенные признаки, свойственные лишь конкретной разновидности политического

имиджа. Говоря о политическом имидже, специалисты нередко определяют его как целенаправленно формируемый и пропагандируемый образ кандидата, партии, общественного или политического движения, забывая о том, что имидж в политической сфере существует как феномен массового сознания вне зависимости от реализации предвыборных технологий.

Политический имидж, являясь феноменом массового сознания, функционирует как образ-представление, в котором в сложном взаимодействии соединяются внешние и внутренние характеристики субъекта политики. Применительно к содержанию имиджа политика речь всегда идет об интеграции его социальных, профессиональных, психологических и собственно относящихся к внешнему облику характеристик. При этом имидж складывается как прямо на основе тех отдельных впечатлений, которые производит человек на окружающих в результате его наблюдения, общения и взаимодействия, так и косвенно, на основе тех мнений, которые передаются по коммуникативным каналам. К ним можно отнести сплетни, слухи, журнальные и газетные статьи, высказывание каких-либо мнений об этом человеке авторитетным лицом и т.д.

### **3 Психолог в организации исследований социально-психологических особенностей избирателей**

Вторым этапом в проектировании имиджа кандидата являются исследования избирателей. Избиратели являются субъектами восприятия, зрителями, слушателями, реципиентами, которые формируют имидж того или иного кандидата по предъявляемым им характеристикам, атрибутам и другим признакам кандидата. Некоторая совокупность избирателей, которые располагают некоторой информацией о соответствующем кандидате, относятся к нему положительно или отрицательно и они готовы сотрудничать, вступать в партнерские отношения, голосовать «за» или же вести себя противоположным образом. Собственно деятельность штаба любого кандидата сводится к расширению числа избирателей готовых голосовать «за».

Любые предпочтения, ожидания и настроения изменяются во времени. Изменения предпочтений избирателей также вполне естественный ход событий. Знать содержание этих изменений важный момент деятельности по формированию образов. Исследование избирателей необходимо в любом случае и всегда будет связан с изучением интенциональной сферы личности, которая в совокупности дает представление об устремлениях значительных групп избирателей.

Исследование избирателей включает изучение восприятия и предпочтений, интересов и мнений о всем, что влияет на процессы принятия решений. В исследованиях используются концепции и исследовательские подходы из социальной психологии, социологии и экономики.

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. Исследуется 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.

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

способами: от опоры на личный опыт и здравый смысл до проведения полномасштабных социально-психологических и социологических исследований.

В ходе проектирования исследования избирателей психолог решает следующие задачи:

- проводит анализ психологических механизмов принятия решений группами избирателей в ходе голосования;
- определяет возможности исследования политических предпочтений, установок, намерений избирателей психологическими методиками;
- в случае возможности, проектирует исследования политических предпочтений избирателей психологическими методиками;
- дает заключение о группах избирателей по стилям жизни, по историческим периодам, на которые приходилась активная жизнь избирателя и их политическим предпочтениям.

### **Лекция 18 Управление проектированием имиджа кандидата**

*Цель лекции – сформировать систему научных знаний по проектированию имиджа кандидата, рассмотреть проблему определения образующих имидж качеств, либо презентующие определенные типы, либо определенные стили.*

- 1 Психолог в формулировании задания на проектирование имиджа кандидата
- 2 Стратегии проектирования имиджа
- 3 Поиск образующих имидж признаков методом мозгового штурма

#### **1 Психолог в формулировании задания на проектирование имиджа кандидата**

Первым этапом в проектировании имиджа кандидата является формулирование задания. На этом этапе осуществляются исследования обстоятельств презентации: будет ли презентация проходить в непосредственном контакте кандидата и избирателей, то основным способом формирования имиджа является самопрезентация, осуществляемая в непосредственном контакте.

В политике непосредственные встречи политиков с избирателями весьма ограничены, поэтому большее значение в имиджировании приобретает разработка и продвижение информационных материалов. Информационные материалы используются в тех случаях, когда непосредственный контакт носителя имиджа и реципиента не возможен. Подготовка кандидата к самопрезентации, и в первую очередь, презентации идущей в режиме первого впечатления требует одних действий, продолжение контактов и формирование мнения требует других действий, а создание информационных материалов, презентующих имидж кандидата – совершенно иных.

Любой имидж собран из элементов, присутствующих в культурной среде коммуникации. В начале имидж проектируется как набор элементов, которые присутствуют в культурной среде коммуникации. Затем эти элементы воплощаются либо на самом носителе, в случае самопрезентации, либо - в информационных материалах, которые в свою очередь, предьявляются, презентуются реципиентам. Наконец, реципиент из этих элементов формирует образ носителя, что и получило название имиджа.

Разумеется, что если культурная среда носителя и реципиента совпадает, то познание элементов и собирание из них целостного образа происходит адекватно замыслам носителя или имиджмейкера. В случае принадлежности носителя и реципиента к различным культурам или субкультурам возможны ошибки, неверная интерпретация и дефекты в контактах.

Эти элементы и получили название образующих имидж качеств, признаков, атрибутов, характеристик. Ансамбли этих качеств, признаков, атрибутов, характеристик и образуют собственно имидж. Чтобы создать удачный имидж, необходимы адекватные

образующие имидж качества, их эффективное сочетание на носителе и прогнозируемая реакция со стороны реципиента. Это собственно и есть «фишка» имиджирования, главный секрет имиджмейкера.

## **2 Стратегии проектирования имиджа**

Анализ литературы, отражающей проблемы формирования образов и, в первую очередь образы людей, показывает, что существует, по меньшей мере, два подхода к проектированию имиджа, две наиболее часто встречающиеся стратегии.

Первую из них можно обозначить как соответствие культурным образцам и стандартам, разработанным структурами и специалистами. Такие образцы и стандарты воплощаются в тех или иных стилях и усиленно тиражируются средствами массовой коммуникации. Это тиражирование носит характер рекламы, т.е. оплачивается заинтересованными структурами и лицами и увеличивает реализацию тех или иных предметов, образующих стиль. Те или иные стили и стандарты могут быть описаны в многочисленных источниках: это журналы и специальные телепередачи, это показы мод, также отраженные в журналах и телепередачах, блоги звезд и форумы фанатов, произведения массовой культуры и инновации субкультурных сообществ. Большинство усилий специалистов занятых созданием имиджей действует именно по этой стратегии.

Вторую стратегию можно обозначить как соответствие культурным образцам и стандартам, существующим в массовой культуре, мейнстриме. Такие образцы и стандарты могут быть описаны как фольклорные. Совершенно не обязательно, что эти образы уже описаны и внесены в некий академический список. Также совершенно не важно, что у образа массовой культуры имеется автор. Тот факт, что автор взял этот образ из своей коммуникативной среды, никоим образом не умаляет стихийность данного образа. В данном случае имидж есть презентация индивидуальности носителя имиджа, соответствующая некоторым стихийным ожиданиям адресата. Такую стратегию формирования имиджа можно назвать стратегией «Идентичность, типаж, амплуа».

Говоря о типах, типизации и типажах следует помнить, что данные понятия не однозначны. Под типичным, конечно подразумевают явление, которое содержит в себе те или иные существенные черты, образующую ту или иную группу и в силу этого служит выразителем этой группы. В литературе, театре и кинематографе типичный персонаж, герой - это человек, который несет в себе наиболее характерные черты какой-либо группы людей и действующий в типичных обстоятельствах и в типичном ходе событий. Вместе с тем создание имиджа как формирование типажа, как воплощение индивидуальности в определенном типе требует решения целого ряда проблем. Решение этих проблем и будут частью работы в группе поиска оригинальных идей.

Обыденное сознание современного человека заполнено самыми разными типологиями. Это и научные типологии, которые были усвоены в школе, это и житейские типологии, так как имела место и стихийная социализация, и наконец, современный человек создает свои эксклюзивные типологии, так как человеку свойственно накапливать и обобщать собственный опыт.

## **3 Поиск образующих имидж признаков методом мозгового штурма**

В процессе поиска типа имиджа и признаков характеризующих тип постоянно приходится принимать новые содержательные решения.

Термин «мозговой штурм» не совсем удачен, более удачным было бы название метод группового поиска оригинальных идей, но в литературе прижился именно мозговой штурм. Этот метод был впервые предложен А. Осборном (Osborn, A.F. (1957)), он состоит из двух фаз, на первой перед группой ставится задача предложить как можно больше идей по заданной теме, оценка и отбор идей производится на второй. В первой фазе запрещается критиковать и оценивать предлагаемые идеи. Автор метода полагал, что мозговой штурм позволяет выдвинуть больше идеи и что их качество будет выше. Однако

эмпирические данные этого не подтвердили, но и не опровергли. В различных группах и при решении различных задач эффективность метода различна. Важным моментом для повышения эффективности метода является включение в группу различных специалистов.

Суть метода заключается в освобождении лица, принимающего решение от привычного хода мысли и генерировании как можно большего количества новых идей.

Основные принципы группового поиска – это:

Сотворчество и доверие творческим силам и способностям друг друга в процессе поиска. В группе генерации идей запрещена критика предложенных участникам идей. Все участники выступают на равных.

Использование оптимального сочетания интуитивного и логического. В условиях генерирования идей оптимальным является ослабление актуализации логического мышления и прошлого опыта для чего могут применяться техники релаксации и медитации.

## ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

### 1 семинар Психология политической социализации

Цель – сформировать систему научных знаний по информационным материалам и самонаблюдения и рефлексии участников семинара и обсуждения данных в группах психологических особенностях политической социализации.

Семинар проводится вначале как традиционный с обсуждением вопросов тем, затем как интерактивный с обсуждением личного опыта политической социализации участников семинара, обсуждение проводится в режиме фокусированного интервью.

Введение

Что такое социализация?

Что такое политическая социализация?

Опишите основные этапы и основных агентов политической социализации

Охарактеризуйте основные психологические механизмы политической социализации.

Культурно-исторический контекст социализации

Что такое исторический период?

Охарактеризуйте исторические периоды, сменявшие друг друга на протяжении XX века.

В какие исторические периоды проходила политическая социализация населения современной Беларуси?

Что такое образ жизни социальной группы?

Какие образы жизни типичны для современной Беларуси?

Первичная политическая социализация

В каком возрасте Вы впервые были свидетелем политического события?

Что это было за событие?

Каким образом Вы оказались свидетелем этого политического события?

Кто тогда был вместе с вами?

Как вы поняли, что это политика?

Литература

Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. Политическая социализация стр. 128-138 Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001.

Шестопап Е.Б. Политическая психология. Глава 11. Политическая социализация индивида стр. 271-309 Шестопап Е.Б. Политическая психология. - М.: ИНФРА-М, 2002.

### 2 семинар Политическое сознание: уровни и психологическая структура

Цель – сформировать систему научных знаний о психологических особенностях политического сознания.

В каких формах функционирует политическое сознание? Соотнесите понятия индивидуальное, групповое и массовое политическое сознание.

Какие свойства характерны для политического сознания? Дайте сравнительную характеристику свойств обыденного и политического сознания.

Какие психологические теории адекватны для интерпретации политического сознания?

Какие методы и методики могут применяться в исследованиях политического сознания?

Какова структура индивидуального политического сознания? Опишите область применения понятия «политический менталитет». В чем специфика такой формы группового политического сознания как идеология?

Литература

Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. Социальные и социально-

политические установки личности. Стр. 132- 157. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. М.: Новая школа, 1996.

Лученкова, Е.С. Политическая психология и идеология / Е.С. Лученкова // Политическая психология / Е.С. Лученкова. - Минск : Выш. шк., 2010 . - С. 68-73.

Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. Политическое сознание стр. 55-61.

Политическое самосознание стр. 61-67. Политические установки и стереотипы стр. 88-90.

Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001.

Политическая психология: Учебное пособие для вузов. Глава 2. ПСИХОЛОГИЯ СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ФЕНОМЕНОВ. 2.2. Политическая культура как синтез политического сознания, менталитета и поведения. Стр. 182-203.

Политическая психология: Учебное пособие для вузов / Под общей ред. А.А. Деркача, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева – М.: Академический проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2001. с – 858.

### **3 семинар Психологическая идентификация и политическая идентичность**

Цель – сформировать систему научных знаний по информационным материалам о психологическом механизме идентификации и психологических особенностях политической идентичности.

Вопросы для обсуждения:

Что такое идентификация?

Каков психологический механизм идентификации?

Что такое личностные и социальные идентичности?

Понятие идентификации и идентичности в политической психологии

Типы и структуры политических идентичностей.

Политические персоны, события, группы, идеологии как образцы формирования идентичности

Особенности политических идентичностей в категориях «правый-левый» в постсоветских странах

Литература

Политический процесс: основные аспекты и способы анализа. Глава 7. Политическое сознание, раздел 3. Политическая идентичность и ее формирование. Политический процесс: основные аспекты и способы анализа. / Под ред. Е. Ю. Мелешкиной. М.: изд-во "Весь мир", 2001. – 304 с.

Андреев А.П. Политическая психология. М.: Издательство «Весь мир». 2002. – 240 с.

### **4 семинар Психология политического участия**

Цель – сформировать систему научных знаний по информационным материалам и данным семинара, наблюдения и рефлексии участников семинара и обсуждения данных в группе о психологических особенностях политической социализации.

В начале семинар проводится как традиционный с обсуждением вопросов темы:

Социологический подход в изучении избирателей

Социально-психологический подход в исследованиях избирателей

Теория рационального выбора в исследованиях избирателей

Затем как интерактивный с обсуждением личного опыта политической социализации участников семинара, обсуждение проводится в режиме фокусированного интервью.

Когда Вы впервые сами участвовали в политических мероприятиях и событиях?

В каких политических событиях последнего времени Вам приходилось участвовать?

Каков политический смысл этого события?

Литература

Лученкова, Е.С. Политическое поведение. Проблемы политического участия / Е.С. Лученкова // Политическая психология / Е.С. Лученкова. - Минск : Выш. шк., 2010 . - С. 42-50.

Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. ПОЛИТИЧЕСКОЕ УЧАСТИЕ: ПОЗИЦИИ ГРАЖДАНИНА 138-143. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 480 с.

Шестопал Е.Б. Политическая психология: Учебник для вузов. Глава 13. Политическое поведение стр. 322-356 Шестопал Е.Б. Политическая психология: Учебник для вузов. М.: ИНФРА-М, 2002. – 448 с.

### **5 семинар Психология политической коммуникации**

Цель – сформировать систему научных знаний по информационным материалам, данным самонаблюдения и рефлексии участников семинара и обсуждения данных в группе о психологических особенностях политической коммуникации.

Семинар проводится вначале как традиционный с обсуждением вопросов темы:

Что такое массовая политическая коммуникация?

Какова роль средств массовой информации в политической коммуникации?

Какие источники представляют новые сведения о политическом процессе?

Какова роль межличностного общения в политической коммуникации?

Что такое политический дискурс?

Какую смысловую нагрузку несет участие в политической коммуникации?

Затем семинар проводится как интерактивный с обсуждением личного опыта участников семинара в политической коммуникации, обсуждение проводится в режиме фокусированного интервью:

Как часто Вы просматриваете политические телепередачи, политические издания и сайты?

Какие Вы просматривали политические телепередачи политические издания и сайты в последнее время?

Как часто Вы обсуждали с друзьями и знакомыми политические события?

Какие политические события Вы обсуждали с друзьями и знакомыми в последнее время?

Что нового, интересного и полезного мы узнаем в ходе участия в политической коммуникации?

Рефлексия и обобщение полученных данных.

Задание по материалам данного занятия составьте отчет об особенностях политической коммуникации.

#### **Литература**

Политические институты коммуникации / Е.С. Лученкова // Политическая психология / Е.С. Лученкова. - Минск : Выш. шк., 2010 . - С. 112-125.

Политический процесс: основные аспекты и способы анализа. Глава 11. Политическая коммуникация

Политический процесс: основные аспекты и способы анализа. / Под ред. Е. Ю. Мельничиной. М.: изд-во "Весь мир", 2001. - 304 с.

### **6 семинар Исследование психологических закономерностей принятия решения в голосовании на выборах**

Цель: сформировать систему знаний о психологии принятия решений в ходе голосования на выборах, изучить процесс выбора персон власти в ситуации голосования.

Первый этап семинара проводится как имитационная игра «Принятие решения избирателем в ходе голосования», в которой моделируется принятие решения в ситуации голосования. Участникам семинара предъявлялись плакаты, который были выставлены на избирательных участках и презентуют кандидатов в депутаты. Участникам

предлагалось рассмотреть эти информационные материалы и выбрать одного из кандидатов в депутаты. Сразу после совершения выбора участник семинара вносит в опросный лист фамилию выбранного кандидата в депутаты.

Второй этап проводится как рефлексия по поводу совершенного выбора. Вначале участник семинара письменно отвечает на вопрос «Почему был выбран именно данный кандидат?» в произвольной форме. Затем проводится индивидуальная рефлексия письменно по предлагаемой анкете, в которой раскрывается логика совершенного выбора. Анкета состоит из вопросов, в которых отражен алгоритм принятия управленческого решения.

Третий этап - полученные данные обрабатываются с применением контент-анализа анкет.

### **7 семинар Исследование психологических закономерностей принятия решения в голосовании на выборах**

Цель семинара - сформировать систему научных знаний о психологии принятия решений в ходе голосования на выборах, научить анализировать алгоритмы осуществления выбора. Данный семинар является продолжением исследовательских действий, произведенных в ходе семинара 5.

Четвертый этап проводится как фокусированное интервью со следующим ориентировочным сценарием:

Первый круг интервью «Выбор»

На этом этапе интервью производится настройка на тему выбора и принятия решений и налаживается дискурс по данной теме.

Второй круг интервью «Принятие управленческих решений»

На этом этапе интервью производится уточнение сведений об управленческих решениях.

Третий круг интервью «Желаемое будущее и целеполагание»

На этом этапе интервью производится обсуждение темы целеполагания в ходе голосования на выборах.

Четвертый круг интервью «Проектирование желаемого будущего»:

На этом этапе интервью производится обсуждение темы возможностей власти влиять на культурно-исторический ход событий.

Пятый круг интервью «Ориентировочные цели к персонам власти»

На этом этапе интервью производится обсуждение темы возможностей данного кандидата влиять на культурно-исторический ход событий.

В ходе фокусированного интервью проводится протоколирование обсуждения.

Пятый этап на основе протокола фокусированного интервью составить отчет по материалам обсуждения на фокус-группе.

Литература для подготовки к занятию

Карпов В. В. Психология принятия управленческих решений. М.: Изд. группа «Юристъ», 1998. – 434с.

Козелецкий Ю. Психологическая теория решений / пер. с польского/ -- М.: «Прогресс», 1979. – 504с.

Плас Скотт. Психология оценки и принятия решений / перевод с англ. М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1998. – 368с.

### **8 семинар Психология политической деятельности**

Цель: сформировать систему научных знаний о требованиях к психологическим особенностям человека осуществляющего власть

Вначале обсуждаются вопросы:

Кто входит в состав политической элиты?

Как формируется состав политической элиты?

Какие функции выполняют элиты?

Вопросы психологии политической деятельности для обсуждения:

Обоснуйте критерии политической деятельности.

Какие требования власть как деятельность предъявляет к психологическим особенностям лидера?

Какие требования предъявляются к психологическим особенностям человека осуществляющего политическую деятельность?

Существуют ли сочетания личностных особенностей, обеспечивающих успех политической карьеры?

Какие индивидуально-психологические особенности личности могут способствовать успеху политической карьеры?

Литература для подготовки к занятию

Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. Лидерство как междисциплинарная проблема 181-192. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. М.: Новая школа, 1996.

Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. Глава 5 ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ ЛИДЕРСТВА 164-210. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. с.- 482.

### **9 семинар Психология политического лидерства**

Цель: сформировать систему научных знаний о методологических и методических проблемах изучения политического лидерства.

Задание:

Составьте психологический портрет кого-либо из политических лидеров, государственных деятелей, вождей, персон власти любой страны и любого времени.

Вопросы для обсуждения:

Какие личностные особенности составили основное содержание психологического портрета? Почему?

Какие теоретико-методологические подходы были использованы при составлении психологического портрета?

Обоснуйте валидность теоретико-методологических подходов в подготовке психологического портрета.

Какие методики использованы при составлении психологического портрета? Обоснуйте валидность методики.

Литература

Лученкова, Е.С. Психология политического лидерства / Е.С. Лученкова // Политическая психология / Е.С. Лученкова. - Минск : Выш. шк., 2010. - С. 82-96.

Политическая психология: Учебное пособие для вузов. Глава 3. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ. 3.1. Профессионализм

политической деятельности 286-312. Политическая психология: Учебное пособие для вузов / Под общей ред. А.А. Деркача, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева – М.: Академический проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2001. с – 858.

Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. ПСИХОЛОГИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ стр. 156-164. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. с.- 482.

### **10 семинар Психология политического лидерства**

Цель: сформировать систему научных знаний о психологических особенностях социализации и выборе политической карьеры.

Влияние культурно-исторических обстоятельств на выбор политической карьеры.

Вопросы для обсуждения:

Какие социально-психологические особенности характерны для политиков и персон власти в эпоху политической стабильности?

Какие социально-психологические особенности характерны для политиков и персон власти в эпоху войн и революций, исторических перемен?

Какие психологические особенности могут влиять на выбор карьеры политического деятеля в эпоху войн и революций, исторических перемен?

Какие психологические особенности могут влиять на выбор карьеры политического деятеля в эпоху политической стабильности?

Влияние социализации на выбор политической карьеры.

Вопросы для обсуждения:

Какие особенности социализации могут влиять на направленность личности?

Какие особенности социализации могут влиять на формирование «желания власти» личности?

Какие особенности социализации могут влиять на выбор политической карьеры?

Когда, с вашей точки зрения, человек принимает решение о своем приходе в политику?

Какие особенности первичной социализации могут обусловить выбор карьеры политического деятеля, с точки зрения психоаналитического подхода?

Литература для подготовки к занятию

Политическая психология: Учебное пособие для вузов / Глава 3. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ 3.2. Психология политического лидерства 312-341. Политическая психология: Учебное пособие для вузов / Под общей ред. А.А. Деркача, В.И. Жукова, Л.Г. Лапина – М.: Академический проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2001. с – 858.

Шестопап Е.Б. Политическая психология: Учебник для вузов. Глава 14. Политическое лидерство 356-380. Шестопап Е.Б. Политическая психология: Учебник для вузов - М.: ИНФРА-М, 2002. – 448 с.

Райгородский Д.Я. Психология и психосоциализация власти. ТТ.1 и 2. Хрестоматия. – Самара: Издательский дом «БАХРАХ», 1999.

### **11 семинар Психология формирования команды кандидата: диагностика тренинги сопровождение**

Цель – сформировать систему научных знаний о психологических особенностях формирования команды кандидата в избирательных кампаниях

Вопросы для обсуждения:

Какие функции может выполнять психолог в ходе подготовки персонала штаба избирательной кампании?

Кто может входить в команду кандидата?

Как организовать тренинг слаженности штаба кандидата?

Какие требования предъявляются к сотрудникам штаба кандидата?

Как осуществить слаженность штабной команды кандидата в депутаты?

Как осуществить слаженность всей команды кандидата в депутаты?

Какие требования предъявляются к доверенным лицам кандидата?

Какие функции выполняет психолог-консультант в период между выборами?

Литература для подготовки к занятию

Кларин, М.В. Корпоративный тренинг от А до Я. М.: 2000

Корпоративный тренинг. М., Энзан. 2004. С.125.

Зиневиц-Евстигнеева Т.Д. Технология создания команд. СПб., Речь. 2002. С. 212.

Зиневиц-Евстигнеева Т.Д. Эффективная команда: шаги к созданию. СПб., Речь. 2003. С.127.

Зиневич-Евстигнеева Т.Д. Теория и практика командообразования. СПб Речь. 2004. С.289.  
Тренинг управления персоналом. СПб., Речь 2004. С.336.

## **12 семинар Управление проектированием имиджа кандидата**

Цель практического занятия - научить определять и описывать имиджевые атрибуты, презентующие выбранный тип или стиль.

Данное занятие проводится по методу мозгового штурма.

Каждый участник выполняет три роли: носителя имиджа, генератора идей и эксперта.

Роль носителя имиджа не требует никаких действий.

Генераторы идей работают над вопросом: «Кто он (она)?»

Охарактеризуйте в режиме свободных ассоциаций носителя имиджа несколькими словами, метафорами.

Кого или что он напоминает?

Назовите героя, которого напоминает данный человек.

Полученные ассоциации записываются и передаются экспертам, которые выполняют функции имиджмейкеров. Им следует ответить на вопрос:

Какие признаки презентуют данный образ?

Эксперты записывают основные признаки, которые могут быть использованы в проектируемом образе.

На последнем этапе эксперт совместно с носителем имиджа обсуждают способы, которыми можно воплотить выбранный тип на носителе имиджа.

### **Лабораторное занятие 1. Управление проектированием имиджа кандидата**

**Цель занятия:** сформировать систему знаний, умений, навыков психологического сопровождения формирования имиджа кандидата

**Задачи:**

1. Научить анализировать характеристики, присущие носителю имиджа.
2. Формулировать цели проектирования имиджа.
3. Научить методу группового поиска оригинальных идей.
4. Определить стратегии формирования имиджа.

**Оборудование и материалы:** бумага, фломастеры.

**Ход занятия:**

1. Каждый участник занятия является и носителем имиджа и проектировщиком, генератором идей и экспертом, поэтому каждый каждому на заготовленных бланках записывает какую-либо ассоциацию относительно его как носителя имиджа. Это могут быть прямые идентичности, а могут быть метафоры. Оценочные ассоциации исключаются.

2. Проектировщики получают описания своих носителей и обдумывают стратегию формирования имиджа.

3. На основе полученного материала, представлений об адресате, для которого формируется имидж и собственных креативных возможностей проектировщик формулирует: учитываемые характеристики носителя, результат, который предполагается получить и стратегию формирования имиджа. Все это и составляет содержание лабораторного отчета.

**Компетенции,** приобретенные на лабораторном занятии: умения использовать обратную связь в группе для обоснования стратегии формирования имиджа, умения использовать особенности носителя имиджа для выделения образующих имидж признаков.

В результате действий студент должен

Знать: какие характеристики могут использоваться при формировании имиджа, как реально осуществляется идентификация.

Уметь: подбирать стратегии формирования имиджа адекватные носителю имиджа и целям имиджирования.

**Форма контроля:** лабораторный отчет.

## **Лабораторное занятие 2. Управление проектированием имиджа кандидата**

**Цель занятия:** сформировать систему знаний, умений, навыков воплощения имиджа кандидата в информационных материалах.

**Задачи:**

5. Формировать имидж в соответствии со стратегией «Идентичность, типаж, амплуа».

6. Формировать имидж в соответствии со стратегией «Стандарт во внешности и манерах».

7. Научить учитывать психологические особенности изображений, используемых в информационных материалах.

8. Научить проводить биографические интервью и формировать биографические легенды.

**Оборудование и материалы:** бумага, фломастеры, фотокамера, ноутбук.

**Ход занятия:**

4. Каждый проектировщик составляет список образующих имидж признаков.

5. Проектировщик определяет, как эти образующие имидж признаки могут быть воплощены в изображениях и проводит фотосессию либо получает от носителя имиджа уже готовые изображения.

6. Проектировщик определяет, как эти образующие имидж признаки могут быть воплощены в текстах и проводит с носителем имиджа биографическое интервью и формирует текст. Текст также может быть получен от носителя имиджа.

7. На основе полученных материалов представлений об адресате, для которого формируется имидж и собственными креативными возможностями проектировщик формирует макет информационного материала. Макет и составляет содержание лабораторного отчета.

**Компетенции,** приобретенные на лабораторном занятии: умения использовать психологические особенности изображений и текстов в формировании имиджей, проводить биографическое интервью.

В результате выполнения заданий студент должен

**Знать:** какие характеристики носителя имиджа могут служить образующими имидж признаками.

**Уметь:** воплотить эти признаки в изображениях и текстах в информационных материалах.

**Форма контроля:** лабораторный отчет.

## РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

### ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Тематические сообщения на семинарских занятиях.
2. Участие в моделировании и имитационных играх.
3. Коллоквиум, участие в фокус-группе по изучаемым темам.
4. Выполнение лабораторных работ.
5. Экзамен

### ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Структура гражданской компетентности
2. Время и обстоятельства институализации политической психологии
3. Ключевые авторы и публикации первых политико-психологических исследований
4. Предмет политической психологии
5. Прикладное значение политической психологии
6. Проблемы современной политической психологии
7. Понятие политической социализации
8. Этапы и агенты первичной политической социализации
9. Психологические характеристики политического сознания
10. Уровни политического сознания
11. Менталитет как основание политического сознания
12. Собственно индивидуальное политическое сознание
13. Идеология как научная рефлексия группового политического сознания
14. Политическая идентичность
15. Политическая идентичность межличностного уровня
16. Идентификация политическими идеологиями и сообществами
17. Философские или ментальные основания политической идентичности
18. Понятие политического участия
19. Понятие электорального поведения
20. Социологический подход в изучении избирателей
21. Социально-психологический подход в исследованиях избирателей
22. Теория рационального выбора в исследованиях избирателей
23. Понятие политической коммуникации.
24. Типы, уровни и функции политической коммуникации.
25. Степени и способы влияния СМИ на общественно-политические процессы.
26. Двухуровневая структура политической коммуникации
27. Особенности психологического воздействия средств массовой коммуникации на электорат.
28. Политическая реклама как система политических коммуникаций.
29. Мотивации электорального поведения в иерархии мотивов человека

30. Каузальная атрибуция в интерпретации электорального поведения
31. Психология абсентеизма
32. Теории принятия решений в условиях определенности неопределенности и риска.
33. Психологический механизм электорального выбора
34. Понятие и структура политической деятельности
35. Психологический механизм регуляции политической деятельности
36. Субъекты политической деятельности в гражданском обществе
37. Феномен лидерства
38. Призвание к политической деятельности
39. Теория черт
40. Ситуационная теория
41. Категория мотивации деятельности и поведения в психологии
42. Мотивационные теории политического лидерства Д. Маклелленда и Дж. Аткинсона
43. Мотивация политической деятельности как амбиции: Р.Ф. Стоун, Д. Шлезингера, Дж. Штерна
44. Мотивации достижения успеха Дж. Аткинсона и М. Физера
45. Психология принятия управленческих решений
46. Политический выбор
47. Убеждения политического лидера как основания для принятия политических решений
48. Стиль принятия политических решений
49. Субъект, цель, предмет избирательной технологии
50. Психологическое сопровождение волонтеров избирательных кампаний
51. Психологическое сопровождение деятельности штаба кандидата
52. Требования к сотрудникам штаба избирательной кампании
53. Диагностика в создании команды штаба кандидата
54. Тренинги в создании команды штаба кандидата в депутаты
55. Психологическое сопровождение команды штаба кандидата в депутаты
56. Определение понятия политический имидж
57. Психология организации исследований социально-психологических особенностей избирателей
58. Психология в формулировании задания на проектирование имиджа кандидата
59. Стратегии проектирования имиджа
60. Поиск образующих имидж признаков методом мозгового штурма

## **КРИТЕРИИ ОЦЕНОК РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ЭКЗАМЕНЕ**

### **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ И КОМПЕТЕНЦИЙ ПО 10-БАЛЬНОЙ ШКАЛЕ**

10 баллов — десять:

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы;
- точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы;
- безупречное владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;

- выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации;
- полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку, использовать научные достижения других дисциплин;
- творческая самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, активное участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

9 баллов - девять:

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;
- точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;
- способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;
- полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку;
- самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

8 баллов — восемь:

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем поставленным вопросам в объеме учебной программы;
- использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;
- владение инструментарием учебной дисциплины (методами комплексного анализа, техникой информационных технологий), умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;
- способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;
- усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку;
- активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, систематическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

7 баллов — семь:

- систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;
- использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач;
- усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им критическую оценку;
- самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

6 баллов - шесть:

- достаточно полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;
- использование необходимой научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач;
- способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы;
- усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им сравнительную оценку;
- активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, периодическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

5 баллов - пять:

- достаточные знания в объеме учебной программы;
- использование научной терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач;
- способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы;
- усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им сравнительную оценку;
- самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

4 балла - четыре, ЗАЧТЕНО:

- достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;
- усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок;
- владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении стандартных (типовых) задач;
- умение под руководством преподавателя решать стандартные (типовые) задачи;
- умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им оценку;
- работа под руководством преподавателя на практических, лабораторных занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий.

3 балла - три, НЕЗАЧТЕНО:

- недостаточно полный объем знаний в рамках образовательного стандарта;
- усвоение части основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины;
- использование научной терминологии, изложение ответа на вопросы с существенными лингвистическими и логическими ошибками;
- слабое владение инструментарием учебной дисциплины, некомпетентность в решении стандартных (типовых) задач;
- неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине;
- пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

2 балла - два, НЕЗАЧТЕНО:

- фрагментарные знания в рамках образовательного стандарта;

- знание отдельных литературных источников, рекомендованных учебной программой дисциплины;
- неумение использовать научную терминологию дисциплины, наличие в ответе грубых стилистических и логических ошибок;
- пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

1 балл - один, НЕЗАЧТЕНО:

- отсутствие знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта или отказ от ответа.

## ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

### ЛИТЕРАТУРА

#### ОСНОВНАЯ:

1. Березовская, Т. П. Политическая психология: курс лекций / Т.П. Березовская. - Мн.: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2010. – 83 с.
2. Лученкова, Е.С. Политическая психология: предмет и методы науки / Е.С. Лученкова. - Минск : Выш. шк., 2010 . – 160 с.
3. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. – Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – 480 с.
4. Политическая психология: Учебное пособие для вузов / Под общей ред. А.А. Деркача, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева – М.: Академический проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2001.– 858 с.
5. Шестопад Е.Б. Политическая психология: Учебник для вузов - М.: ИНФРА-М, 2002. – 448 с.

#### ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ:

6. Андреев А.Л. Политическая психология. М.: Издательство «Весь мир». 2002.
7. Березовская, Т. П. Политическая психология: практикум / Т.П. Березовская. – Мн.: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2010. – 47 с.
8. Грачев Мельник Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. М.: Новая школа, 1996.
9. Гуревич П.С. Политическая психология. Гриф УМЦ "Профессиональный учебник" М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2006 – 513 с.
10. Егорова-Гантман, Е.В. Политическая реклама. — М.: Центр политического консультирования «Николло М». 1999. — 240 с.
11. Козлов В.В., Новиков В.В., Фришин Е.В. Политическая психология Учебное пособие для вузов. – М.: - 2010. – 458 стр.
12. Лисовский С.С. ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000
13. Ольшанский Д.В. Политико-психологический словарь. – М.: Академический проект, 2002
14. Ольшанский Д.В. Психология современной российской политики. Хрестоматия по политической психологии. Екатеринбург, Деловая книга М., Академический проект, 2001.
15. Широков А.И. Политическая психология. учеб.пособие для вузов; Гриф МО РФ; Учебное пособие; ВУЗ; Год: 2005
16. Политическая психология. Хрестоматия: Учебное пособие / Пер. с англ. Составитель профессор Е. Б. Шестопад - М.:ИНФРА-М, 2002.
17. Политический процесс: основные аспекты и способы анализа (под ред. Е. Ю. Мелешкиной). М., изд-во "Весь мир", 2001. 304 с.
18. Политическое консультирование: Психологическое пособие для политиков /Е. Абашкина, Е. Егорова-Гантман, Ю. Косолапова и др. – М.: Центр политического консультирования «Николло М», 1999. – 471с.
19. Психология господства и подчинения: Хрестоматия Сост. А. Г. Чернявская Изд. "Харвест", Минск, 1998 г.
20. Райгородский Д.Я. Психология и психоанализ власти.ТТ.1 и 2. Хрестоматия. – Самара: Издательский дом «БАХРАХ», 1999.

21. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ:  
Материалы научной конференции СПбГУ 23-24 октября 2009 года / Под научной редакцией проф. А.И. Юрьева – СПб Издательство Санкт-Петербургского гос. Ун-та, 2009. – 445 с.
22. Учебное пособие для вузов. – М.: - 2010. – 458 стр. (Санкт-Петербургский гуманитарный Университет профсоюзов).
23. Шестопал Е.Б. Психологический профиль российской политики 1990-х. Теоретические и прикладные проблемы политической психологии. – М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2000. – с.

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ

# ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ

## ТЕМА 1: Психология электорального поведения

**Уровень 1.** Задания, определяющие знания по учебному материалу на уроке **узнавания** - это 4 балла за 5-8 верных ответов и -5 баллов за 1-4 верных ответов

*Инструкция: выберите из предложенных ответов верные и отметьте их, если верны все ответы, отметьте только пункт Г*

1. Электоральное поведение это:

А) обсуждение политических лидеров и событий; Б) просмотр политических новостей; В) участие в голосовании на выборах; Г) все ответы верны.

2. На выборы люди приходят потому что:

А) желают участвовать в управлении государством; Б) выполняют свой гражданский долг; В) надеются на перемены к лучшему; Г) все ответы верны.

3. Наиболее достоверный источник информации для избирателей это:

А) родственники и друзья; Б) газеты, радио, телевидение; В) информационные материалы избирательных комиссий; Г) все ответы верны.

4. Для принятия рационального решения на выборах необходимо:

А) знать многое о кандидатах; Б) понимать цели голосования; В) быть рационалистом по натуре; Г) все ответы верны.

5. В ходе выборов главное:

А) не допустить ошибку; Б) найти на плакате знакомое или симпатичное лицо; В) оценивать по критериям, адекватным функциям власти; Г) все ответы верны.

6. Политический выбор – это выбор:

А) на основании мнения большинства; Б) на основании честности политика; В) на основании предпочтения предложений кандидата; Г) все ответы верны.

7. При принятии решения на выборах кандидаты оцениваются избирателями по:

А) внешним данным; Б) фактам биографии; В) возрасту; Г) все ответы верны.

8. Политическое сознание может быть исследовано методами:

А) наблюдения и опросов; Б) тестирования; В) анализа политического дискурса; Г) все ответы верны.

9. Политический выбор на основе межличностной идентификации это:

А) установление сходства и подобия между кандидатом и архетипическими героями; Б) установление сходства и подобия между кандидатом и историческими фигурами; В) установление сходства и подобия между избирателем и кандидатом; Г) все ответы верны.

**Уровень 2.** Задания, определяющие знания по учебному материалу на уровне воспроизведения - это 6 баллов за 5-6 верных ответов; 7 баллов за 7-8 верных ответов; 8 баллов за 9 верных ответов

1. Что такое электоральные предпочтения избирателей?
2. Какие личные цели достигают избиратели, участвуя в выборах в органы власти?
3. Как политическое самоопределение избирателя влияет на принятие решений в ходе голосования?
4. Какие этапы включает в себя алгоритм принятия управленческих решений?
5. Какие критерии используются избирателем в выборе кандидата?
6. Как осуществляется обоснование значимости критериев?
7. В каких электоральных группах политический выбор осуществляется на основании социально-психологической идентификации?
8. Как осуществляется выбор на основе межличностной идентификации?
9. Как неформальное общение на политические темы в малых группах влияют на способы политического выбора?

**Уровень 3.** Задания, определяющие компетенции по учебному материалу на уровне **применения полученных знаний** - это 9 баллов за самостоятельную обработку данных фокус-групп и 10 баллов за самостоятельную разработку сценариев проведения фокус-групп

**Первый этап.** Проводится как имитационная игра «Принятие решения избирателем в ходе голосования», в которой моделируется принятие решения в ситуации голосования.

**Второй этап.** Проводится индивидуальная рефлексия письменно по предлагаемой анкете, в которой раскрывается логика совершенного выбора. Анкета состоит из вопросов, в которых отражен алгоритм принятия управленческого решения.

**Третий этап.** Полученные данные обрабатываются с применением контент-анализа анкет.

**Четвертый этап** проводится как фокусированное интервью по сценарию составленному студентами.

**Пятый этап** на основании протокола фокусированного интервью и аудиозаписи составляется отчет по материалам обсуждения на фокус-группе.

## **ТЕМА 2: Психология политической деятельности**

**Уровень 1.** Задания, определяющие знания по учебному материалу на уровне узнавания - это 4 балла за 3 верных ответа

*Инструкция: Выберите из предложенных ответов верные и отметьте их, если верны все ответы, отметьте только пункт Г*

1. В политику люди приходят для того чтобы:  
А) служить родине; Б) решать свои личные проблемы; В) из вкуса к власти;  
Г) все ответы верны.
2. Важнейшие личностные особенности политического деятеля эпохи исторического слома  
А) осторожность и осмотрительность; Б) решительность и активность; В) компетентность и опытность; Г) все ответы верны.
3. Важнейшие личностные особенности политического деятеля эпохи стабильности:  
А) решительность и активность; Б) осторожность и осмотрительность; В) компетентность и опытность; Г) все ответы верны.

**Уровень 2. Задания, определяющие знания по учебному материалу на уровне воспроизведения - это 6 баллов за 7-8 верных ответов; 7 баллов за 9-11 верных ответов; 8 баллов за 12 верных ответов**

1. Перечислите основные теории лидерства.
2. Идея о том, что лидером человек делает определенные психологические качества и свойства принадлежит теории ... (Назовите теорию)
3. Какие качества и свойства согласно «теории черт» являются важными для формирования лидерской позиции?
4. Какие качества, по мнению М. Вебера, являются решающими для политика?
5. Назовите основные положения «теории среды».
6. Какая теория объединила в себе идеи «теории черт» и «теории среды»? Назовите представителей этой теории.
7. Дж. С. Хемманс и Дж. К. Хемфилд в «теории взаимодействия-ожидания» считают, что тремя основными переменными являются ... (Назовите эти переменные)
8. Назовите основные идеи «теории обмена»
9. Согласно теории мотивации, А. Маслоу различал два типа властных потребностей. Назовите эти типы.
10. Перечислите группы факторов, определяющих феномен лидерства (по М. Германн)
11. Перечислите группы психологических характеристик лидера (по М. Германн)
12. Разграничьте «внешние» и «внутренние» факторы, которые воздействуют на формирование и деятельность лидера.
13. Назовите основные уровни структуры личности политического лидера, и раскройте их содержание.

**Уровень 3. Задания, определяющие компетенции по учебному материалу на уровне применения полученных знаний - это 9 баллов за эссе**  
Эссе:

1. Какие требования власть как деятельность предъявляет к психологическим особенностям лидера?
2. Существуют ли сочетания личностных особенностей, обеспечивающих успех политической карьеры?

### **Литература:**

Лученкова, Е.С. Психология политического лидерства / Е.С. Лученкова // Политическая психология / Е.С. Лученкова. - Минск : Выш. шк., 2010. - С. 82-96.

*Политическая психология: Учебное пособие для вузов. Глава 3. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ. 3.1. Профессионализм политической деятельности* 286-312. Политическая психология: Учебное пособие для вузов / Под общей ред. А.А. Деркача, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева – М.: Академический проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2001. с – 858.

*Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. ПСИХОЛОГИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭЛИТЫ* стр. 156-164. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. с.- 482.

### **ТЕМА 3: Психология в политическом процессе**

**Уровень 1. Задания, определяющие знания по учебному материалу на уровне узнавания - это 4 балла за 5-8 верных ответов и -5 баллов за 9 верных ответов**

*Инструкция: выберите из предложенных ответов верные и отметьте их, если верны все ответы, отметьте только пункт Г*

1. Психолог, обслуживающий политический процесс выполняет следующие функции:

А) составляет описание округа; Б) организует работу персонала в избирательной кампании; В) ведет документацию кампании; Г) все ответы верны.

2. Психолог, обслуживающий политический процесс выполняет следующие функции:

А) тестирует членов команды кандидата; Б) разрабатывает профессиограмму политика; В) проектирует имидж кандидата; Г) все ответы верны.

3. Психолог, обслуживающий политический процесс выполняет следующие функции:

А) изучает социально-психологические особенности избирателей округа; Б) организует взаимодействие со СМИ; В) составляет медиа-план; Г) все ответы верны.

4. В основе деятельности психолога при разработке имиджа кандидата:

А) разработка стиля чего-либо; Б) разработка собственного индивидуального проекта; В) практика проектирования и продвижения образов людей, организаций и идей; Г) все ответы верны.

5. Формирование имиджа кандидата основано на закономерностях:

А) гештальт-теории; Б) социальной перцепции; В) теории архетипов; Г) все ответы верны.

6. При проектировании имиджа кандидата психолог:

А) изучает социально-психологические особенности избирателей; Б) определяет социальную типичность образа; В) участвует в составлении и апробации текстов атрибутирующих типичности образа; Г) все ответы верны.

7. В своей деятельности по формированию имиджа кандидата психолог опирается на:

А) знание законов красоты; Б) сведения гуманитарных наук; В) богатая фантазия и вкус; Г) все ответы верны.

8. Основным механизмом восприятия и понимания человека человеком является:

А) идентификация; Б) проекция; В) рефлексия; Г) все ответы верны.

9. Точность восприятия человека человеком зависит от:

А) его жизненного опыта; Б) когнитивной сложности человека; В) социальных установок; Г) все ответы верны.

**Уровень 2. Задания, определяющие знания по учебному материалу на уровне воспроизведения - это 6 баллов за 5-6 верных ответов; 7 баллов за 7-8 верных ответов; 8 баллов за 9 верных ответов**

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

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

Каковы функции психолога в изучении психологических особенностей избирателей?

Как исследуются психологические особенности и политические предпочтения избирателей?

Что такое работа с добровольцами избирательных кампаний с применением психологических методик?

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

Назовите основные составляющие имиджа политика.

Какие факторы определяют имидж политика?

Из каких этапов складывается деятельность по формированию имиджа кандидата?

**Уровень 3. Задания, определяющие компетенции по учебному материалу на уровне применения полученных знаний - это 9 баллов за самостоятельную обработку данных мозгового штурма и 10 баллов за самостоятельную разработку информационного материала.**

Цель практического занятия - научить определять и описывать имиджевые атрибуты, презентующие выбранный тип или стиль. Данное занятие проводится по методу мозгового штурма. Каждый участник выполняет три роли: носителя имиджа и проектировщика имиджа, генератора идей и эксперта. В результате мозгового штурма формируется материал, на основе которого создается информационный материал, презентующий то или иное лицо. Данный информационный материал оценивается.