

МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ  
ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ САМОСТІЙНОЇ  
РОБОТИ СТУДЕНТІВ  
з дисципліни  
“ПОЛІТИЧНА ПСИХОЛОГІЯ”  
(для бакалаврів)**

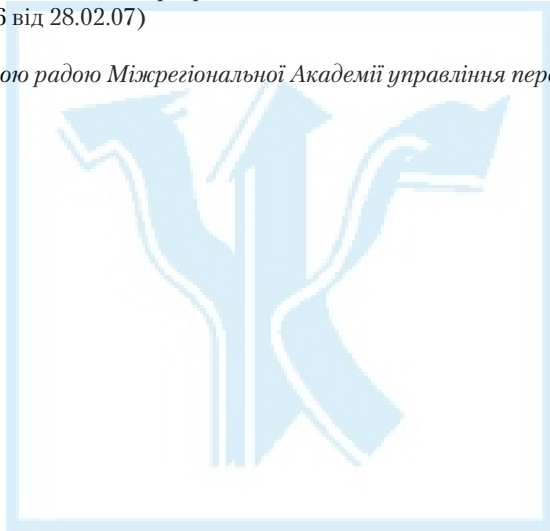
МАУП

Київ 2007

Підготовлено професором кафедри соціальної психології *О. Р. Охременко*

Затверджено на засіданні кафедри соціальної психології  
(протокол № 6 від 28.02.07)

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом*



**МАУП**

**Охременко О. Р.** Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни “Політична психологія” (дл бакалаврів). – К.: МАУП, 2007. – 64 с.

Методичні рекомендації містять пояснювальну записку, характеристику основних видів навчальної, навчально-наукової (пошуково-аналітичної і практичної) самостійної роботи студентів, список літератури.

© Міжрегіональна Академія  
управління персоналом (МАУП), 2007

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Навчальний процес здійснюється у таких формах: навчальні заняття, виконання індивідуальних завдань, практичні, контрольні заходи, самостійна робота.

Основними видами навчальних занять є лекції, семінари (з окремих розділів і тем дисципліни), виконання індивідуальних занять, самостійна робота.

При організації самостійної роботи студентів із використанням складного обладнання або установок, складних систем доступу до інформації (наприклад, комп'ютерних баз даних, систем автоматизованого проектування, автоматизованих навчальних систем тощо) передбачається можливість одержання необхідної консультації або допомоги з боку спеціаліста кафедри.

Уведення модульної системи організації навчального процесу приводить до скорочення аудиторного навантаження і зростання обсягу самостійної роботи, що збільшує значущість поточного контролю знань студентів, серед них використання письмових робіт, есе, рефератів, тестів тощо.

У зв'язку з цим одним з основних завдань навчального процесу на сьогодні — навчити студентів працювати самостійно, а саме

*шляхом:*

- заучування певної інформації;
- опрацювання літературних джерел (конспектування, реферування);
- підготовки тез (для доповіді, виступу) за літературними та іншими джерелами надходження інформації;
- проведення дослідницької і пошукової роботи;
- участі в іграх (навчальних, розвиваючих тощо), тестуванні і самоатестуванні;
- алгоритмування.

Але кожна людина, крім загальноприйнятих методів, виробляє власні, притаманні лише їй. Тому самостійну навчальну діяльність слід розглядати як особисту творчу розумову і психічну працю, що дає користь.

Ефективним видом навчальної діяльності є самостійна робота студентів — запланована, пізнавальна, організаційно і методично забезпечена. Традиційно вона поділяється на аудиторну (забезпечує

підготовку до поточних занять) і позааудиторну (кваліфікаційну та пошуково-аналітичну), що дає змогу на практиці застосовувати здобуті знання, набуті вміння і навички.

Всі види самостійної роботи є однією з форм звітності і контролю за набуттям знань. Це творче осмислення студентами відповідної наукової думки, літератури, засіб вивчення навчальних дисциплін, підвищення свого теоретичного і методичного рівня.

Методичні рекомендації призначені для організації самостійної роботи студентів з курсу політична психологія. Вони з достатньою повнотою ознайомлять їх з проблемами політичної психології.

<b>Дисципліна</b>	<b>Семестр</b>
Політична психологія	7
<b>Кредитів:</b>	2,0
<b>Аудиторних годин:</b>	44
З них:	
<b>Лекції:</b>	
<b>Практичні(семінарські):</b>	22
<b>Самостійна робота:</b>	24
<b>Контрольні заходи</b>	18
<b>Загальна кількість</b>	
Залік	1
Модульні (тематичні), контрольні роботи	3

### ***АУДИТОРНА САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ***

Мета самостійної аудиторної роботи — розглянути найважливіші і складні питання курсу, а також перевірити засвоєння студентами матеріалу лекцій, підручників, посібників. Підготовка до аудиторних занять допомагає студентам у вирішенні ряду освітніх завдань:

- осмислити різні питання і проблеми соціальних наук;
- розширити і закріпити здобуті знання;

- сформувати навички самостійної роботи з першоджерелами і довідковою літературою;
- набути уміння вести діалог, дискусію;
- сформувати уміння і навички з використання знань як теоретичної і методичної бази для вивчення спеціальних дисциплін;
- сформувати потребу і надалі удосконалювати свої знання за обраним фахом.

### **Самостійна робота над матеріалом лекцій**

*Конспект лекцій.* Конспект у перекладі з латини означає “огляд”. Роль конспекту лекцій суто навчальна, він допомагає зафіксувати основні поняття і положення й у потрібний момент їх відтворити, наприклад, при написанні реферату або підготовці до іспиту. Власне кажучи, його і складати треба як огляд, що містить основні положення лекції без подробиць і другорядних деталей. Конспект має, так би мовити, індивідуалізований характер. Оскільки він розрахований на самого автора, а для інших може бути малозрозумілим. У всякому навчальному тексті є інформація двох видів: основна і допоміжна. Основна має найістотніше значення для розкриття змісту теми або питання. До неї належать: визначення наукових понять, формулювання законів, теоретичних принципів тощо. Призначення допоміжної інформації — допомогти студентові краще засвоїти матеріал.

Зміст конспектування становить переробка основної інформації з метою її узагальнення і скорочення. Узагальнити — означає подати її у загальній, схематичній формі: визначень, висновків, окремих заголовків, викладу основних результатів тощо.

На лекції студент повинен використовувати деякі фрази як опорні, вони називаються ключовими, оскільки несуть основне значення навантаження. Основна інформація на лекції записується якнайповніше, вона становить опорний конспект, а допоміжна, як правило, опускається (за винятком випадків, коли студенту не зовсім зрозумілі основні положення).

Основними вимогами до конспекту є наочність записів і таке їх розташування, що дає можливість усвідомити логічні зв'язки та ієрархію понять. Обсяг рукописного конспекту не повинен перевищувати 25% лекційних матеріалів, але повно відбивати їх зміст. Кон-

спект містить: лекційну тему, план лекції, бібліографічні джерела, власне конспект матеріалу. Бажано виділяти основні положення і визначення.

Форма звітності: рукописний конспект лекційних матеріалів.

Перевірка та оцінювання конспекту відбувається за такими параметрами:

- чи вміє студент зорієнтуватися в загальній композиції лекції (визначити основні положення);
- чи виділена логіко-значеннева канва повідомлення, чи зрозуміла студенту система викладу інформації в цілому, а також розвиток кожної окремої думки;
- чи виявлені “ключові” положення, тобто основні значеннєві віхи, на які “нанизаний” зміст;
- чи присутня інформація, що деталізує основні положення;
- чи достатньо стисло, лаконічно сформульована основна інформація, чи не перенесено її в конспект цілком і дослівно.

### Семінарські заняття

У традиційній моделі викладання семінар орієнтований на засвоєння (найчастіше на переказ) інформації, отриманої на лекції або з підручників. У моделі трансформованої вищої освіти семінар стає самостійною й основною формою організації навчального процесу. І це пов'язано не тільки зі скороченням кількості лекцій, а й із самою специфікою соціального і гуманітарного знання, коли необхідне самостійне уважне вивчення інформації, а потім її проблемне обговорення в аудиторії: це і навчальний матеріал, і проблемні та аналітичні документи тощо.

Від студента вимагається знайомитися з необхідними матеріалами самостійно і обговорювати їх в аудиторії. Характер, способи організації і проведення семінару обираються викладачем залежно від змісту і специфіки курсу. Однак у будь-якому випадку слід пам'ятати про головний критерій його ефективності: у тій чи іншій формі всі студенти мають брати участь у творчому обговоренні його проблемного поля. Крім розгляду найважливіших і складних питань курсу, семінар дає змогу перевірити глибину засвоєння студентами матеріалу лекцій, підручників, інших навчальних посібників. Отже, вони сприяють підвищенню якості знань, засвоєнню навичок самостійної роботи тощо.

*Пам'ятка студентів:*

- почніть підготовку до семінарського заняття з повторення матеріалу записаних вами лекцій;
- далі уважно вивчіть відповідний матеріал у навчальних посібниках (бажано в кількох — порівняння допоможе зрозуміти матеріал і структурувати передбачуваний виступ на семінарському занятті);
- для поглибленого вивчення питань семінарського заняття необхідно опрацювати першоджерела і додаткову літературу

Семінарські заняття покликані:

- поглибити теоретичні знання, отримані під час прослуховування і запам'ятовування лекційного матеріалу;
- знайомити з навчальною і науковою літературою;
- розвивати здатність осмислювати різні питання і проблеми курсу;
- формувати навички самостійної роботи з першоджерелами і довідковою літературою;
- набувати уміння вести діалог, дискусію, обґрунтовувати свої позиції, шанобливо ставитися до інших точок зору;
- формувати навички діалогічного і критичного мислення.

Починаючи підготовку до семінарського заняття, студенти повинні, насамперед, уважно ознайомитися з його планом та навчальною програмою, якісно і правильно сформулювати короткий план відповіді, структурувати свої знання.

Необхідно також звернутися до конспектів лекцій і підручників, рекомендованої додаткової літератури. До найважливіших і складних питань теми пропонується складати конспекти відповідей. Плідному засвоєнню навчального матеріалу також сприяє конспектування додаткової літератури. Крім підготовки питань заняття, студенти повинні вміти давати визначення основним категоріям і поняттям до визначеної семінарської теми.

*Повторення* лекційного матеріалу — це відновлення в пам'яті на новому, вищому рівні раніше отриманих знань. Важливою формою повторення є систематизація знань після вивчення тем і розділів курсу.

### *Пам'ятка студенту*

- під час самостійної підготовки до семінарського заняття слід користуватися словниками й іншою довідковою літературою для глибшого опанування термінологією;
- бажано скласти і записати плани відповідей на питання семінарського заняття;
- у викладача з'ясуйте незрозумілі питання;
- намагайтеся сформувати і висловити власне ставлення до питань що обговорюються. При цьому майте на увазі, що оцінюються не ваші переконання, а уміння їх обґрунтувати (тобто знання, уміння і навички у сфері психології девіантної поведінки)

### *Теми семінарських занять*

#### ***Семінарське заняття 1: Предмет і завдання політичної психології***

1. Предмет політичної психології як науки.
2. Поняття та категорії політичної психології.
3. Методи дослідження в політичній психології.
4. Функціональна роль політичної психології в суспільстві.

*Література:* основна [6; 7; 15; 18; 20; 21; 22];  
додаткова [3; 4; 15; 25; 27; 57; 79]

#### ***Семінарське заняття 2: Психологічні проблеми політичної свідомості та поведінки***

1. Проблеми політичної свідомості
2. Політична свідомість та політична поведінка як основні категорії політичної психології.
3. Самоідентифікація особистості у сфері політики.

*Література:* основна [6; 7; 12; 13; 15; 18; 20; 22];  
додаткова [2; 3; 8; 21; 23; 46; 49; 52; 72]

#### ***Семінарське заняття 3: Психологія влади і владних відносин***

1. Влада і владні відносини
2. Основні концепції походження влади.
3. Психологічні аспекти політичної влади.
4. Влада та опозиція в Україні: політико-психологічний аналіз.

*Література:* основна [1; 5; 18; 22; 23; 29];  
додаткова [4; 9; 12; 34; 41; 48; 51; 57; 62; 68; 70; 75; 77; 78]



***Семінарське заняття 4: Політична еліта: проблеми  
політичної елітаризації суспільства***

1. Політичні установки та етнічні стереотипи української еліти.
2. Політико-психологічні характеристики сучасної української еліти.
3. Проблеми політичної елітаризації суспільства.

*Література:* основна [18; 20; 22; 23];  
додаткова [64; 72]

***Семінарське заняття 5: Політична культура суспільства***

1. Психологічне визначення політичної культури.
2. Суть, структура політичної культури.
3. Основні елементи політичної культури.
4. Психологічні основи культури політичного діалогу, консенсусу та злагоди.
5. Психологічні особливості політичної культури сучасного українського суспільства.

*Література:* основна [18; 21];  
додаткова [11; 15; 64; 71–73]

***Семінарське заняття 6: Політичне спілкування  
та його психологічні особливості***

1. Психологічні особливості політичного спілкування.
2. Політичне спілкування: суть, типологія.
3. Перцепція в діловому політичному спілкуванні.
4. Комунікація в діловому політичному спілкуванні.
5. Інтеракція в діловому політичному спілкуванні.

*Література:* основна [15; 20]  
додаткова [3; 7; 8; 15; 18; 19; 20; 53; 61]

***Семінарське заняття 7: Масова свідомість та поведінка  
як соціально-психологічні феномени***

1. Політична свідомість та політична поведінка як основні категорії політичної психології.
2. Масова політична свідомість як соціально-психологічний феномен.

3. Колективне несвідоме у політиці.
4. Проблема політичної поведінки у психології.

*Література:* основна [10; 18–20; 29];  
додаткова [3; 8; 10; 23; 27; 37; 66; 77]

### ***Семінарське заняття 8: Психологія політичного лідерства***

1. Поняття про лідерство та сучасні концепції політичного лідерства.
2. Основні типи політичних лідерів.
3. Формування позитивного іміджу політичного лідера.

*Література:* основна [9; 11; 18; 20; 22; 26];  
додаткова [2; 5; 6; 26; 27; 29; 43; 45; 78]

### ***Семінарське заняття 9: Психологія політичного впливу***

1. Основні психологічні аспекти категорії політичного впливу.
2. Соціально-психологічні механізми та методи політико-ідеологічного впливу.
3. Основні методи політичного впливу.
4. Політична агітація та її психологічний аналіз.

*Література:* основна [4; 6; 7; 10; 12; 17];  
додаткова [1; 16; 19; 20; 39; 40; 48; 63; 69]

### ***Семінарське заняття 10: Психологія електоральної поведінки***

1. Соціально-психологічні проблеми політичного вибору.
2. Історія дослідження проблеми політичного та електорального вибору громадян.
3. Теорії електоральної поведінки. Основні напрями сучасного вивчення проблеми.
4. Соціально-психологічні механізми та засоби впливу на електоральну поведінку.

*Література:* основна [16; 18; 27–29];  
додаткова [13; 14; 17; 24; 29; 31–33; 47; 49; 50; 58–60; 65]

### ***Семінарське заняття 11: Психотехнології виборчих кампаній***

1. Психологічні закономірності використання психотехнологій у виборчому процесі.
2. Види психотехнологій. Політичний маркетинг. Електоральна інженерія.

3. Етичні проблеми залучення психотехнологій до виборчого процесу.
4. Психоконсультавання політичних лідерів та їх оточення.

*Література:* основна [4; 10; 12; 27];  
додаткова [10; 13; 19–21; 26; 28; 30; 37; 40; 45;  
52; 56; 63; 69; 70; 74]

### **Підготовка доповідей до семінарських занять**

До підготовки доповідей залучаються кілька студентів, між якими розподіляються окремі питання.

Перший крок у підготовці доповіді — окреслити мету та завдання виступу, визначити коло питань з теми. Другий крок — накопичення допоміжної інформації для обґрунтування теми.

Отриману інформацію слід згрупувати в певні категорії, надати їй чіткості. Водночас визначити та сформулювати основні питання теми, до найважливіших і складних з них радимо складати конспекти відповідей із залученням додаткової літератури, що сприятиме плідному засвоєнню навчального матеріалу. Студенти повинні вміти давати визначення основним категоріям і поняттям до визначеної семінарської теми.

Доповідь треба будувати, дотримуючись вимог:

- теоретичної обґрунтованості;
- залучення перевіреного фактичного матеріалу;
- наведення переконливих прикладів, викладення власного бачення проблеми.

Важливе значення має складання плану доповіді:

- вступ;
- основний текст (серцевина доповіді);
- висновки.

*Вступ.* Початок доповіді є визначальним, тому саме тут слід чітко й переконливо сказати про причину та мету виступу, розкрити суть теми, навести докази. На цьому етапі доповідач має привернути й утримувати увагу аудиторії. Для цього необхідно висловлюватися чітко, логічно, змістовно, уникаючи зайвого. Відповідно, речення мають бути короткими й стосуватися виключно суті питань, варто інтонаційно виділяти найважливіші місця і висловлювати своє ставлення до предмета мовлення.

*Пам'ятка студентів:*

- коли Вас представили аудиторії, подякуйте;
- чітко назвіть тему доповіді та проблему;
- стисло поясніть, у який спосіб аналізуватиметься проблема, на що, насамперед, буде звернуто увагу;
- обмежте кількість питань, що аналізуватимуться.

*Основний текст.* Тут викладається суть проблеми, наводяться докази, пояснення, міркування.

Слід пояснювати кожен аспект проблеми, підібрати переконливі цифри, факти, цитати (проте пам'ятайте — надмірна кількість ілюстративного матеріалу може поглинути зміст доповіді). Треба логічно поєднати частини доповіді. Усі питання висвітлюються збалансовано (при цьому не обов'язково кожному з них приділяти однакову кількість часу).

*Висновки* певним чином мають узгоджуватися із вступом і не випадати із загального стилю викладу.

Семинарське заняття, скажімо, з теми “Психотехнології виборчих кампаній” проводиться у форматі т'юторату, його завдання:

- забезпечити ефективне функціонування групи під час вирішення проблем навчити студентів критично мислити;
- організувати індивідуальне навчання, об'єктивно оцінити виступи;
- прищепити загальні управлінські навички.

У межах т'юторського заняття рекомендується:

- обговорити самостійне виконання завдання, скажімо, есе;
- здійснити аналіз роботи над есе;
- надати допомогу у розв'язанні найскладніших питань, що виникають при вивченні курсу (однак т'юторат не повинен перетворюватися у додаткові лекції або семінари);
- заслухати звіти студентів у випадку несвоєчасного або незадовільного виконання ними завдань, вони повинні заздалегідь надати викладачеві в письмовому вигляді виконані завдання;
- інші форми визначаються ситуативно залежно від характеру курсу і ходу його вивчення.

Т'юторат проводиться як студентська дискусія з конкретної теми.

## Практичне заняття

Практичне заняття — це така форма навчання, за якої викладач організовує докладний розгляд студентами окремих теоретичних положень курсу психології девіантної поведінки та формує вміння і навички їх практичного застосування шляхом виконання відповідно сформульованих завдань для кожного окремо. Практичні заняття проводяться за індивідуальними завданнями після прослуховування і опрацювання лекцій, закріплення знань на семінарських заняттях.

Мета практичної роботи — поглиблене вивчення основних розділів курсу “Психологія девіантної поведінки”, оволодіння сучасними методиками проведення тестування, засвоєння навичок експериментального дослідження, принципів і методів моделювання, практичного застосування набутих теоретичних знань.

*Практичне заняття з теми “Політичне лідерство та його психологічні особливості”*

1. Оцінювання позитивних якостей політичного лідера.
2. Обговорення отриманих даних, дискусія.

*Література:* основна [11; 16; 24; 25]

Під час заняття студенти заповнюють бланк опитування; обробляють отримані дані; на їх базі дають характеристику політичному лідерові.

*Бланк опитування “Політичний лідер очима виборця”*

1. Вкажіть на якості політичного лідера, що найпривабливіші для Вас особисто. Для кожної характеристики є три варіанти відповіді, треба обрати один з них (позначте його).

1	А	За його присутності (думаючи про нього) зникає будь-яке хвилювання
	Б	Його присутність додає енергії
	В	Співпраця з ним активізує приховані здібності

2	А	Він чітко схоплює цілі і не дає зійти на манівці
	Б	Миттєво оцінює ситуацію і енергійно координує спільні дії
	В	Він здатен вловити всі тонкощі перебігу подій

3	А	Він заради справи здатен поступитися власними інтересами
	Б	Поряд з ним забуваєш про особисті інтереси
	В	Заради справи не шкодує часу на самовдосконалення

4	А	Його приклад додає сил попри все залишатися людяним
	Б	Займає чітку позицію з багатьох питань сучасного життя, діє рішуче й активно
	В	Заохочує розвивати і реалізовувати власні здібності

5	А	Я знаю, що він ніколи не підведе
	Б	Мене активізує відчуття причетності до спільної справи
	В	Співпраця економить час і сили для досягнення важливих справ, цілей

6	А	Він не вимагатиме від мене того, що вище від моїх сил
	Б	З ним у небезпечній ситуації зможу зробити те, чого вимагатиме від мене сумління та обов'язок
	В	У скрутних обставинах з ним зможемо віднайти найдоцільніше рішення

7	А	Його товариство створює атмосферу захищеності, емоційного комфорту
	Б	Його присутність мимоволі активізує, окрилює, організовує
	В	Його відсутність не впливає суттєво на результати моєї праці

8	А	Коли виникне проблема, він виявить щире співчуття і надасть допомогу
	Б	Будь-яку проблему вдасться розв'язати, якщо звернутись до нього
	В	Обговорення проблем — звичний стан співпраці

9	А	Добрі стосунки вважає метою співпраці
	Б	Добрі взаємини вважає першою сходинкою до успіху
	В	Він не байдужий до того, які стосунки складаються в колективі

10	А	Радий усім, хто прагне працювати з ним
	Б	Оточує себе сильними особистостями, однодумцями
	В	Дбає про високий рівень колективу

11	А	Вміє так поставити завдання, що хочеться виконати
	Б	Коли необхідно — вимогливий, може видати розпорядження або наказ
	В	Ставить завдання, попередньо обговоривши проблему з виконавцем

12	А	Його знання, життєвий досвід, широта погляду не залишають байдужими
	Б	З питань, в яких недостатньо обізнаний, надолужує брак знань самостійно
	В	Якщо він недостатньо компетентний у певних питаннях, то не соромиться звернутися за порадою до партнерів

13	А	У критичних ситуаціях бере всю відповідальність на себе
	Б	Несподіваних ситуацій для нього не існує
	В	За спільну справу кожен у колективі несе частину відповідальності

14	А	Його зауваження рідко бувають несправедливими
	Б	Самокритичний, завжди стежить за своїми словами і вчинками
	В	На критику не ображається, прислухається до неї

15	А	Управління здійснює за допомогою команди заступників
	Б	Вчасно завантажує колег проблемами, які слід розв'язати
	В	Кожен у колективі знає обсяг власної роботи, сам планує її згідно з попередньо погодженою програмою

16	А	Подбає, щоб вирішення справи не завдало шкоди колегам
	Б	Прагне, щоб спільна справа поєднала усіх в міцний колектив
	В	Сприяє, щоб колеги працювали індивідуально і знайшли в роботі можливість самоствердитись

17	А	Не схильний демонструвати свій особливий статус у колективі
	Б	Власне становище підтверджує компетентністю
	В	Захоплено займається справою, незважаючи, що про нього говорять, як оцінюють

18	А	Як лідер організації прагне з недругів робити союзників
	Б	Компроміси можливі лише з питань, що не стосуються життєвих інтересів людей, суспільних груп, яких презентує
	В	Організація в його особі не шукає ворогів, а прагне знайти своє місце в загальному спектрі суспільних рухів, виконувати певну частину практичної роботи

Він вважає:

19	А	Мистецтво політики – це вміння робити так, щоб кожному вигідно було ставати добродійним (Гельвецій)
	Б	Слова хвилюють, а вчинки ведуть за собою (Антична мудрість)
	В	Керування – це самовдосконалення. Хто ж не посміє виправитись, коли не очистились ви самі (Конфу-цзи)



Він керується думкою:

20	А	Не будь слугою одного або небагатьох. Стаючи слугою усіх, ти станеш другом усіх (Цицерон)
	Б	Благородна і сильна людина не боїться ворогів, зате остерігається друзів (Акутагава Рюноске)
	В	Благородний муж відає лише обов'язок, низький — лише вигоду (Конфу-цзи)

До початку роботи кожному студенту даються інструкції з визначенням мети, основних теоретичних положень, схеми і тесту заняття, після виконання відповідних розрахунків за наслідками вимірювань студентам необхідно їх оформити. Захист практичної роботи проходить згідно з навчально-методичною картою дисципліни щодо вивчення відповідного модуля.

У разі невчасного відпрацювання заняття (навіть з поважної причини) студент не атестується.

### **ПОЗААУДИТОРНА САМОСТІЙНА РОБОТА**

Сприяє формуванню у студентів навичок аналітичної роботи та вміння на практиці реалізувати отримані знання. Це одна з форм контролю знань.

#### **Контрольна робота (виконується відповідно до програми курсу)**

Її мета — закріпити теоретичний матеріал і набути навичок практичного використання здобутих знань. Однак спочатку необхідно опрацювати рекомендовану літературу та конспект лекцій. Як правило, обсяг контрольної роботи становить 10–20 сторінок. У ній розкриваються питання з основних розділів курсу, наведених у методичних вказівках.

Контрольна робота виконується на підшитих листах формату А4 (210×297 мм). На титульному листі наводиться її назва, дисципліна, курс, шифр групи, повністю прізвище, ім'я і по батькові. На другій сторінці вказується тема завдання, вона розбивається на окремі пункти.

Кожен пункт викладається стисло, змістовно і відображає сутність сформульованого питання. Текст може містити схеми, рисунки,

графіки. У кінці наводиться список використаної літератури; оформлений відповідно до додатку 3, ставиться дата і особистий підпис виконавця. Для позначок рецензента залишаються поля.

За виконаним контрольним завданням відповідно до навчально-методичної карти дисципліни викладач може проводити із студентом співбесіду. Здають контрольну роботу за модулем, кожна з них орієнтована на певний рівень знань, а самостійність виконання забезпечується її багатоваріантністю.

Критерії, за якими роботу не буде зараховано:

- коли у ній немає 60% правильних відповідей;
- здано несвоєчасно;
- виконана неакуратно і написана нерозбірливо.

Не зарахована контрольна робота повертається студенту разом з зауваженнями на доопрацювання. Повторно виконана робота надсилається рецензенту разом з попереднім варіантом. Якщо робота зарахована із зауваженнями рецензента, то студент повинен дати на них правильні відповіді під час здачі наступної контрольної.

#### *Теми контрольних робіт:*

1. Основні поняття та категорії політичної психології.
2. Методологічні та теоретичні основи політичної психології;
3. Основні зміни у політичній свідомості людства у філогенезі (ключовими етапами для розгляду цього процесу можна вважати, наприклад, найвідоміші революційні перетворення у суспільстві).
4. Відмінності у політичній свідомості за умов існування різних політичних систем (фашизм, нацизм, тоталітаризм, демократія тощо).
5. Зміни у політичній свідомості особистості на шляху від тоталітаризму до демократії.
6. Категорії політичної культури.
7. Розуміння політичної поведінки і свідомості окремого індивіда, їх взаємозв'язок із масовою політичною поведінкою та свідомістю.
8. Історія терміну “політична культура”.
9. Формування й еволюція феномена політичної культури.
10. Основні типи політичної культури.
11. Роль і місце великих груп у політиці, вплив належності до великої соціальної групи на психіку індивіда.
12. Проблема групової ідеології, її основні компоненти.

13. Види політичної реклами, її роль у сучасному суспільстві.
14. Проблема політичного (неучасть у політичних подіях) та електорального (ухиляння від голосування) абсентеїзму.
15. Психологічні методи активного залучення громадян до вирішення політичних проблем у суспільстві.
16. Інформаційні війни.
17. Політико-психологічні виборчі технології.
18. Соціально-психологічні параметри взаємодії суб'єктів політичної влади.
19. Технології соціальних маніпуляцій, методи протидії їм.
20. Проблеми політичної самоідентифікації.
21. Особливості поширення політичних чуток.
22. Психологічні аспекти формування політичної культури.
23. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг.
24. Засоби масової інформації як фактор формування громадянського суспільства.
25. Політична поведінка.
26. Технології виборчих компаній.
27. Феномен політичного лідерства.
28. Особливості політичної свідомості.
29. Психологічні чинники електоральної поведінки.
30. Психологічні особливості регіональних та національних еліт.
31. Ціннісні орієнтації і соціальна поведінка.

*Література:* основна [1; 4; 5; 8; 9; 12; 14; 17; 21; 23; 25–29];  
додаткова [1; 2; 4; 8; 10–14; 18; 19; 21; 22; 28–32;  
35; 37; 40; 44; 45; 48; 55–56; 64; 68; 70; 72; 78]

### ***Реферат***

*Реферат* — письмова робота обсягом 10–18 друкованих сторінок, виконувана студентом протягом певного терміну (від одного тижня до місяця). У ньому має бути відбито фактичні зведення і висновки з розглянутого питання. Крім стислого викладу опрацьованої літератури, студентові бажано викласти аргументований власний погляд. Тему реферату може запропонувати викладач або сам студент, в останньому випадку її слід погодити з викладачем.

Реферат (від лат. *referrer* — доповідати, повідомляти) — короткий, точний виклад сутності питання, теми на основі однієї або кількох

книг, монографій, першоджерел. У ньому потрібно розгорнути аргументи, міркування, порівняння.

*Пам'ятка студенту:*

- визначте об'єкт і мету;
- доберіть відповідну літературу;
- опрацюйте джерела і зробіть стислі позначки, закладки у книжці;
- складіть план відповідно до вказаного обсягу реферату (його пункти розкриваються приблизно на однаковій кількості сторінок);
- оформіть вступ;
- дайте перелік основних висновків, узагальнень та рекомендацій;
- під час виступу краще розповідати, а не читати реферат: для цього треба скласти розгорнутий план-конспект на 2–4 сторінки;
- під час добору мовних засобів для написання реферату необхідно враховувати особливості наукового стилю мовлення;
- щоб реферат був змістовним, необхідно використати кілька джерел

Матеріал подається не стільки в розвитку, скільки у формі констатації або опису. Зміст літературних джерел викладається об'єктивно. Якщо в первинному документі головна думка сформульована недостатньо чітко, у рефераті вона повинна бути конкретизована і виділена. Функції реферату: інформативна (ознайомлювальна); пошукова; довідкова; сигнальна; індикативна; комунікативна.

*Структура реферату.* Титульний лист заповнюється за єдиною формою. Після титульного листа на окремій сторінці друкується зміст реферату, в якому зазначені назви всіх розділів (пунктів плану) і сторінки, на яких вони починаються. Після змісту йде вступ обсягом 1,5–2 сторінки.

Основна частина реферату може мати одну або кілька глав, що складаються з розділів і містять осмислений і логічний виклад головних положень і ідей, віднайдених у літературі. У тексті обов'язкові посилення на першоджерела. У тому випадку, якщо цитується або використовується неординарна думка, ідея, висновок, наводиться

фактичний матеріал, таблиці, схеми ілюстрації — обов'язково робиться посилання на автора.

У висновку містяться підсумки з тексту основної частини, відзначається, як виконано завдання і досягнуто мети, сформульованої у вступі.

У списку літератури вказується реально використана для написання реферату література. Список складається відповідно до правил бібліографічного описання.

*Роботу над рефератом* можна умовно поділити на три етапи. Перший починається з пошуку джерел, працюючи з енциклопедіями й енциклопедичними словниками, систематичними й алфавітними каталогами бібліотек тощо.

Залежно від результатів ознайомлювального читання вибирається подальший спосіб роботи з джерелом. Якщо для розв'язання поставлених питань потрібне вивчення деяких фрагментів тексту, то використовується метод вибіркового читання. Вибрані фрагменти або весь текст (якщо він цілком має відношення до теми) потребують вдумливого, неквапливого читання з ретельним опрацюванням матеріалу: виділенням головного в тексті; основних аргументів; висновків. Особливу увагу варто звернути на аргументацію.

Необхідно також проаналізувати, які з тверджень автора мають проблематичний, гіпотетичний характер і виявити не розв'язані питання. Підготовчий етап роботи завершується створенням конспектів, у яких фіксуються основні тези й аргументи. Створення тексту реферату пов'язано із розкриттям теми. Всі тексти поділяються на тексти-констатації і тексти-міркування. Текст-констатація містить результати ознайомлення з предметом і фіксує стійкі і безсумнівні судження. У текстах-міркуваннях одні думки впливають з інших, деякі ставляться під сумнів, дається оцінка, висуваються різні припущення.

Виклад матеріалу в тексті підкоряється визначеному плану — розумовій схемі, що дозволяє контролювати порядок розташування частин тексту.

Висновок містить короткий і стислий виклад отриманих результатів, що є відповіддю на головне питання реферату.

*Особливості стилю реферату.* Для написання реферату використовується науковий стиль, коли інтелектуальне тло створюють такі конструкції: “предметом подальшого розгляду є...”; “зупини-

мося колись на аналізі...“; “ця діяльність може бути визначена як...“; “з іншого боку, варто підкреслити, що...“; “це твердження припускає, що...”.

Під час перевірки реферату викладач оцінює:

- знання й уміння на рівні вимог стандарту конкретної дисципліни: знання фактичного матеріалу, засвоєння загальних уявлень, понять, ідей;
- реалізацію мети і завдань дослідження (новизна й актуальність поставлених у рефераті проблем, правильність формулювання мети, визначення завдань дослідження, правильність вибору методів вирішення завдань і реалізації мети; відповідність, переконливість висновків щодо розв’язуваних питань і поставленої мети);
- ступінь обґрунтованості аргументів і узагальнень (повнота, глибина, всебічність розкриття теми, логічність і послідовність викладу матеріалу, коректність аргументації і системи доказів, характер і вірогідність прикладів, ілюстративного матеріалу, широта кругозору автора, наявність знань інтегрованого характеру, здатність до узагальнення);
- якість і цінність отриманих результатів (ступінь завершеності реферативного дослідження, спірність або однозначність висновків);
- використання літературних джерел.

### *Теми рефератів*

1. Об’єкт та предмет політичної психології.
2. Основні категорії аналізу політичної психології.
3. Основні підходи до розуміння феномена політики.
4. Роль і місце політичної психології в системі психологічного знання.
5. Політична психологія в історичному аспекті.
6. Цілі і завдання сучасної політичної психології.
7. Перспективи політичної психології.
8. Масова політична свідомість.
9. Проблема політичної поведінки у психології.
10. Проблема свідомого й несвідомого в політиці та ідеології.
11. Психологічне визначення політичної культури.
12. Основні елементи політичної культури.

13. Механізми і методи формування сучасної політичної культури суспільства.
14. Соціально-психологічні механізми і методи політико-ідеологічного впливу.
15. Основні методи політичного впливу.
16. Поєднання психологічного й ідеологічного аспектів у політичній сфері.
17. Політична свідомість на шляху від тоталітаризму до демократії.
18. Соціально-психологічні методи вивчення популярності та впливовості ЗМІ.
19. Психологічні методи впливу на аудиторію.
20. Механізми оптимізації впливу ЗМІ.
21. Феномен іміджу в політичній психології. Імідж та образ.
22. Складові іміджу як складного соціально-психологічного феномена.
23. Психологічні фактори формування і корекції політичного іміджу.
24. Психологія політичного іміджмейкінгу.
25. Політична реклама як об'єкт дослідження психології.
26. Психологічні механізми політичної реклами.
27. Соціально-психологічні передумови та наслідки впливу політичної реклами.
28. Психологічні закономірності використання психотехнологій у виборчому процесі.
29. Види психотехнологій.
30. Електоральна інженерія.
31. Етичні проблеми залучення психотехнологій до виборчого процесу.
32. Теорії електоральної поведінки.
33. Соціально-психологічні механізми і засоби впливу на електоральну поведінку.
34. Соціально-психологічні аспекти міжгрупових взаємин в багатонаціональному суспільстві.
35. Упередження і дискримінація.
36. Етнічні та релігійні конфронтації в сучасному суспільстві

*Література:* основна [3; 6; 7; 10; 11; 15; 18–22; 24; 27];  
додаткова [3; 6; 7; 9; 13; 15–17; 20; 23; 25; 27; 30;  
38–54; 59; 61–63; 65; 68; 71; 73–77]

## Завдання для самостійної роботи

### За модулем 1

Продовжіть речення:

1. Влада за її застосуванням у суспільних сферах, а також засобами впливу поділяється:
  - на владу менеджерів, власників, тобто ...;
  - на владу релігійних ієрархів, містиків, магів, тобто ...;
  - на владу науковців, експертів, штабів масової інформації, тобто...;
  - державну владу, владу органів самоврядування, партій і груп тиску, політичних лідерів, засобів масової інформації, тобто ...
2. Централізованою у політичній владі є влада...
3. Специфіка державної влади полягає в тому, що, по-перше, вона здійснюється ...; по-друге, є ..., по-третє ...
4. Політична влада опирається на такі основні засоби: ... ..
5. Примус — це...
6. Харизматична легітимність передбачає ...
7. Правничо-раціональна легітимність впливає з визнання суспільством ...
8. Легітимність на засадах участі передбачає ...
9. Національно-патріотична легітимність визначає ...
10. За типом владного суб'єкта влада може бути ... ..
11. Політичний міф — це ...
12. Політичний символ — ...
13. Під політичним процесом розуміють ...
14. Політичний лідер — це ...
15. Раціонально-легальний тип лідерства ґрунтується на ...
16. Харизматичне лідерство ...
17. Лідер вождистського типу — це ...
18. Політичне управління — це ...
19. Державне управління — ...
20. Виділяють такі функції державного управління ...
21. Авторитет — ...
22. Бюрократія — ...
23. Влада — ...
24. Закон — ...
25. Політичний конфлікт — ...



26. Маніпуляція — ...
27. Маргінал — ...
28. Масова комунікація — ...
29. Менталітет — ...
30. Політична діяльність — ...

### *За модулем 2*

Складіть довідкову анотацію на підручник.

*Анотація* — коротка узагальнена характеристика друкованої праці (книги, статті), що включає іноді й оцінку. Це найкоротший виклад змісту первинного документа, що дає загальне уявлення про тему.

Основне її призначення — рекомендувати роботу визначеному колу студентської аудиторії або скористатися своїми записами при виконанні роботи дослідницького, реферативного характеру. Тому у ній лише перелічуються питання, поставлені в першоджерелі (її зміст не розкривається). Анотація відповідає на питання: “Про що йдеться у первинному тексті?”.

Анотації можуть бути довідковими (без критичної оцінки). Обов’язкова вимога до них — чіткість і простота викладу. Зразкова схема довідкової анотації така:

- короткі зведення, пов’язані зі змістом;
- дані про автора;
- особливості видання;
- читацька адреса (на кого видання розраховане).

Повноцінне довідкове анотування покликане звернути увагу читача на специфіку книги (статті), джерела і теоретичний рівень тексту, характер додатків.

Виходячи з вимог до анотації, її обсяг може бути від кількох слів до 10–15 рядків. Через граничну стислість у ній не допускається цитування оригіналу, основний зміст першоджерела передається “своїми словами” з використанням оцінних кліше, однак її текст не стандартизований. Характерною її прикметою є те, що вона повинна бути пов’язана зі зведеннями, включеними до бібліографічного описання, при цьому не повторювати її.

### *За модулем 3*

Складіть рекомендаційну анотацію 10–15 рядків на статтю Валерія Зливкова “Проблеми соціальної самоідентифікації української еліти” (додаток 1).

У рекомендаційній анотації дається обґрунтування значущості джерела:

- вказівка на те, чим книга (стаття) буде корисна і цікава читачеві;
- що в книзі повинно привернути увагу;
- що допоможе читачеві у підвищенні його кваліфікації, ознайомленні з новітніми досягненнями науки і техніки тощо.

Зразкова схема рекомендаційної анотації:

- дані про автора (дають уявлення про спрямованість і певною мірою про якість);
- зауваження, власне кажучи, питання (з метою привернути увагу читача до джерела).

#### *За модулем 4*

Складіть аналітичну анотацію на статтю Марини Дроздової “Використання тесту Л. Сонді у політико-психологічних дослідженнях” (додаток 2).

Аналітична анотація характеризує зміст документа за визначеною темою, у ній дається коротка характеристика тільки тих глав, параграфів і сторінок документа, що присвячені визначеній темі.

#### *За модулем 5*

Складіть есе з теми “Політичний лідер” за вказаним літературним джерелам.

*Есе. Підготовка до його написання.* Звичайно питання і завдання, що ставляться при написанні есе, вимагають аналітичних відповідей, тобто пошуку пояснення: чому (з якої причини) і як (процеси, механізми) щось відбувається, причому відповідь потребує не просто описання фактів або узагальнення сказаного іншими. Природно, факти і наявні точки зору мають надзвичайно важливе значення. Проте це лише частина вихідного матеріалу, що не може дати відповідь на поставлені питання.

*Структура есе.* У вступі коротко викладається розуміння студентом поставлених питань і шляхи пошуку відповіді на них. Треба висвітлити мету есе і те, що до нього не увійшло, а також дати короткі визначення ключових термінів, наприклад: “Під політичним лідерством я розумію...”. Однак треба звести до мінімуму число визначень

(скажімо, три або чотири) з коротким їх викладом (досить однієї позиції).

Якщо в есе досліджується й оцінюється використання ученими ключових термінів для різного позначення понять, надаються їм різні значення (наприклад, децентралізація) на це необхідно вказати у вступі. Власне судження треба навести в основній частині есе (наприклад, під окремим підзаголовком).

*Зміст основної частини есе.* У ній наводиться аргументація, робиться аналіз поставлених питань. У цьому вирішальне значення мають підзаголовки, сприяючи здійсненню структурування аргументації.

У межах розділу бажано обмежуватися розглядом однієї думки. Корисно застосовувати послідовну нумерацію — це допомагає стежити за тим, щоб кожному розділу (і його головній думці) відповідало “своє місце”, тобто, щоб у логічній послідовності кожен розділ впливав з попереднього і передував наступному.

*Вимоги до фактичних даних і інших джерел.* При написанні есе надзвичайно важливо правильно використовувати емпіричні дані й інші джерела як ілюстративний матеріал, що підтверджує аргументи і міркування автора.

У заключній частині есе основні аргументи викладаються дуже стисло, хоча можна зробити вказівку на зв'язки з іншими проблемами. Наприклад: “Есе в основному присвячено гендерним відносинам, але докладніший розгляд цієї проблеми повинен привести до вивчення ...”, потім варто сформулювати кілька пропозицій і коротко проілюструвати, як це може бути зроблено.

Есе оцінюється:

- за здатністю автора на основі набутих знань сформулювати і довести свою позицію з визначених проблем;
- за наявністю критичної і незалежної оцінки даних і точок зору інших авторів;
- за вмінням диференціювати ключові проблеми і питання (що є більш, або менш важливим); застосуванням аналітичних підходів і моделей в раціональному їх співвідношенні з використанням емпіричного матеріалу.

## **КОНТРОЛЬ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ**

Ефективність виконання студентами завдань із самостійної роботи контролюється:

- під час лекцій — контроль знань та вмінь, засвоєних у розрізі інших курсів;
- під час проведення практичних і семінарських занять — перевірка рівня підготовленості до виконання конкретної роботи.

Модульний контроль здійснюється з метою оцінювання результатів навчання на певному освітньому (кваліфікаційному) рівні або на окремих його завершених етапах.

### **Критерії оцінювання знань студентів**

*Розрахунок рейтингу з дисципліни  
“Політична психологія”*

У робочому навчальному плані передбачено вивчення дисципліни на 4 курсі, у 7 семестрі:

**лекції — 22 год;**  
**семінарські заняття — 22 год;**  
**практичні заняття — 2 год;**  
**самостійна робота — 18 год;**  
**залікові — 2 год,**

що в сумі складає **2 кредити ECTS**. Тривалість навчального семестру — 12 тижнів.

Відповідно до загальної кількості годин розрахунковий рейтинг з дисципліни  $R_{\text{дис}}$  становить 100 балів. Наведена кількість умовних балів за навчальну роботу становить 70% (коефіцієнт 0,7) від загальної кількості умовних балів. Ще 30% (коефіцієнт 0,3) припадає на атестацію (залік, іспит).

Рейтинги з навчальної роботи  $R_{\text{н.р}}$  та  $R_{\text{ат}}$  з атестації визначаємо за рекомендованими співвідношеннями:

$$R_{\text{н.р}} = 0,70 \times 100 = 70 \text{ балів};$$

$$R_{\text{ат}} = 0,30 \times 100 = 30 \text{ балів.}$$

Враховуючи обсяг та структуру програмного матеріалу дисципліни, ділимо його на **3 змістові модулі**.

Розрахункову рейтингову оцінку з кожного змістового модуля приймаємо: 1-й модуль 30 балів, 2-й – 20 балів, 3-й – 20 балів (разом – 70 балів).

Визначаємо мінімальну рейтингову оцінку з кожного змістового модуля:

$$R_{o.m.}^{(1)} = 0,50 \times 30 = 15 \text{ балів};$$

$$R_{o.m.}^{(2)} = 0,50 \times 20 = 10 \text{ балів};$$

$$R_{o.m.}^{(3)} = 0,50 \times 20 = 10 \text{ балів}.$$

Реальний рейтинг студента: з 1-го модуля – 30 балів, з 2-го – 20, з 3-го – 20, що в сумі становить 70 балів.

Кожній формі самостійної роботи, залежно від її складності, призначається максимальний бал таким чином, щоб за підсумком виконання всіх контрольних заходів, що передбачаються під час вивчення модуля, максимальна кількість отриманих балів не перевищувала 100. Для навчальної дисципліни “Політична психологія”:

#### *Модуль I:*

за конспект – до 3 балів,

за виконання реферату – до 5 балів,

за виступ на семінарському занятті – 1 бал,

за словник – до 2 балів,

за доповідь на семінарському занятті – до 3 балів.

#### *Модуль II:*

за конспект – до 2 балів,

за виконання реферату – до 3 балів,

за виступ на семінарському занятті – 1 бал,

за словник – до 2 балів,

за доповідь на семінарському занятті – до 3 балів.

#### *Модуль III:*

за конспект – до 2 балів,

за виконання реферату – до 3 балів,

за роботу на практичному занятті – до 5 балів,

за словник – до 2 балів,

Рейтинг студента може зрости внаслідок вдалого виконання поза-аудиторної самостійної роботи. Він ( $R_{ст}$ ) може сягати до 10% від рейтингу з дисципліни  $R_{дис}$ , тобто 12 умовних балів і додається до  $R_{н.р}$ .

*Рейтинг штрафний*  $R_{штр}$  віднімається від  $R_{н.р}$  і може складати до 5% від  $R_{н.р}$ , тобто до **4 умовних балів**. Він визначається викладачем і вводиться за рішенням кафедри для студентів, які невчасно засвоїли матеріал модуля, не дотримувалися графіка роботи, пропускали заняття тощо.

Для допуску до атестації (екзамену або заліку) студенту необхідно набрати з навчальної роботи не менше 50% умовних балів від рейтингу з навчальної роботи  $R_{н.р}$  (42 умовних бали). Це означає, що в цілому студенту необхідно виконати такий мінімум робіт:

- 1) виконати всі заплановані види аудиторної роботи;
- 2) уникнути штрафних санкцій.

Рейтинг з атестації  $R_{ат}$  включає рейтинг із заліку або іспиту  $R_{ісп}$  і визначається кількістю умовних балів, отриманих студентом на атестації з дисципліни, передбаченої робочим навчальним планом. Реальний рейтинг з дисципліни  $R_{дис}$  визначається як сума балів, отриманих студентом за семестр з навчальної роботи —  $R_{н.р}$  та з атестації —  $R_{ат}$ . Залік складається в кінці семестру.

Студенти, які протягом семестру набрали необхідну кількість умовних балів — не менше 60% від розрахункового рейтингу з дисципліни (тобто 72 бали) мають можливість:

- не складаючи залік, отримати оцінку “зараховано” відповідно до набраної за семестр кількості умовних балів, переведених для іспиту в національну оцінку;
- складати залік з метою підвищення рейтингу з дисципліни;
- у разі отримання на іспиті оцінки меншої, ніж зарахована автоматично, за студентом зберігається оцінка, отримана автоматом.

Студенти, які протягом навчального семестру набрали кількість балів меншу за 60% від розрахункового рейтингу дисципліни  $R_{дис}$  (тобто 72 бали), зобов'язані складати залік.

Студенти, які протягом навчального семестру набрали кількість балів меншу за 50% від розрахункового рейтингу з навчальної роботи  $R_{н.р}$  (менше мінімальної рейтингової оцінки, тобто 35 балів, зобов'язані до початку екзаменаційної сесії підвищити його, інакше не будуть допущені до заліку і матимуть академічну заборгованість.

Підсумкова оцінка за вивчення дисципліни повинна враховувати оцінки за кожен модуль. Студентам, які успішно завершили завершення дисципліни, виконавши всі необхідні вимоги щодо атестації, **присвоюються кредити ECTS**, призначені для дисципліни робочим навчальним планом. *Кредити заносяться до журналу рейтингової оцінки знань студента.*

**Зарахування модулів**, включених в індивідуальний навчальний план, здійснюється за результатами певного виду контролю якості освіти студента (наприклад, колоквіум, розрахунково-графічна робота, контрольна робота тощо) протягом навчального року без екзаменаційних сесій.

**Контроль успішності** студента здійснюється за допомогою системи оцінювання, що застосовується у вищому навчальному закладі, реєструється певним чином з обов'язковим переведенням оцінок до національної шкали та шкали ECTS.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

### *Основна*

1. *Бєбик В. М.* Політологія для політика і громадянина: Монографія. — К.: МАУП, 2004. — 424 с.
2. *Бєрдяєв Н.* Судьба России: Сочинения. — М.: Эксмо; Харьков: Фолио, 2001. — 736 с.
3. *Білоконь І.* Регіональні особливості соціально-політичних настановлень студентської молоді // Соціальна психологія, 2006. — № 3. — С. 33–46.
4. *Варій М. Й.* Політико-психологічні передвиборчі та виборчі технології: Навч.-метод. посіб. — К.: Ельга; Ніка-центр, 2003. — 400 с.
5. *Васютинський В. О.* “Узалежнення” і “впорядкування” як соціально-психологічні параметри взаємодії суб'єктів політичної влади // Соціально-психологічні проблеми вдосконалення управлінської діяльності. — 2003. — Вип. 6. — С. 145–147.
6. *Головатий М. Ф.* Політична психологія: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2001. — 136 с.
7. *Головатий М. Ф.* Політична психологія: Підручник. — К.: МАУП, 2006. — 400 с.

8. *Головатий М. Ф.* Політичний менеджмент: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2005. — 264 с.
9. *Гравовська С.* Ідеальний політичний лідер в уяві студентів // Соціальна психологія. — 2006. — № 4. — С. 28–37.
10. *Губенко А. В.* Технології політичної провокації // Практична психологія та соціальна робота. — 2005. — № 2. — С. 59–60.
11. *Дроздова М.* Використання тесту Л. Сонді у політико-психологічних дослідженнях // Соціальна психологія. — 2004. — № 6. — С. 27–35.
12. *Евгеньева Т. В.* Технології соціальних маніпуляцій і методи протидії їм: Спецкурс по політичній психології (Рабочая тетрадь). — СПб.: Питер, 2007. — 80 с.
13. *Злишков В.* Проблеми соціальної самоідентифікації української еліти // Соціальна психологія. — 2004. — № 6. — С. 3–16.
14. *Котляр А.* Як ми стали громадянами // Дзеркало тижня. — 2004. — № 49. — С. 20.
15. *Матвеев С. О.* Політична психологія: Навч. посіб. / С. О. Матвеев, О. В. Добродум, О. В. Димова; Ред. С. О. Матвеев. — К.: ЦУЛ, 2003. — 216 с.
16. *Парходько Г. Ю.* Дослідження впливу первинних міфологічних уявлень на формування ідеального образу сучасного українського політика // Практична психологія та соціальна робота. — 2006. — № 5. — С. 50–53.
17. *Петрунько О. В.* Умови поширення політичних чуток // Практична психологія та соціальна робота. — 2004. — № 6. — С. 22–25.
18. *Пірен М. І.* Основи політичної психології: Навч. посіб. — К.: Міленіум, 2003. — 418 с.
19. *Позняк Д. В.* Психологічний зміст рефлексивних механізмів свідомості виборців // Практична психологія та соціальна робота. — 2004. — № 6. — С. 16–18.
20. *Политическая психология: Учеб. пособие /* Под общ. ред. А. А. Деркача, В. И. Жукова, Л. Г. Лаптева. — М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2001. — 858 с.
21. *Поснова Т.* Особливості формування політичної культури молоді // Соціальна психологія. — 2004. — № 6. — С. 17–26.
22. *Прибутько П. С.* Політологія: Посібник / П. С. Прибутько, С. І. Вировий, Р. В. Михайлеко. — К.: Вид-во Паливода А. В., 2005. — 152 с.



23. *Пугачев В. П.* Введение в политологию: Учебник / В. П. Пугачев, А. И. Соловьев. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Аспект пресс, 2002. — 477 с.
24. *Райгородский Д. Я.* Психология и психоанализ власти: Хрестоматия. — Т. 2: Политическая психология лидерства. — Самара: БАХРАХ, 1999. — 576 с.
25. *Райгородский Д. Я.* Психология и психоанализ власти: Хрестоматия. — Т. 1: Личность. Государство. Власть. — Самара: БАХРАХ, 1999. — 608 с.
26. *Скнар О.* Соціально-психологічне дослідження гендерних характеристик політичних лідерів // Соціальна психологія. — 2006. — № 3. — С. 47–51.
27. *Стариков И.* Психоанализ избирательной кампании: Как НЕ проиграть на выборах. — Николаев: Возможности Киммерии, 2004. — 140 с.
28. *Ткаченко О.* Тенденції змін життєвих орієнтацій українського суспільства, обумовлені феноменом “майдану” // Соціальна психологія. — 2006. — № 3. — С. 25–32.
29. *Хазратова Н.* Типологічна модель індивідуально-психологічного образу держави // Соціальна психологія. — 2004. — № 4. — С. 3–13.

#### *Додаткова*

1. *Аверин А. Н., Сперанский В. Н., Усманов Б. Ф.* Предвыборные и кратологические технологии // Кадроведческие и информационные технологии в системе государственной и муниципальной службы. — Ростов н/Д., 1999.
2. *Алексеева Т. А.* Современные политические теории. — М.: РОССПЭН; МГИМО, 2000. — 344 с.
3. *Абульханова К. А., Авцинова Г. И., Бодалев А. А., Васина Н. В., Герасимов В. Н.* Политическая психология: Учеб. пособие / Под общ. ред. А. А. Деркач. — М.: Академ. проект, 2001. — 860 с.
4. *Баден Ж.* Вступ до політології. — К., 1995.; *Бибик В. М.* Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг: Навч.-метод. посіб. — К., 2001.
5. *Бекешикіна І.* Чи є в Україні загальнонаціональні лідери? — Політична думка. — 1994. — № 4.
6. *Белюсов Л. С.* Режим Муссолини и массы. — М.: Изд-во МГУ, 2000. — 368 с.

7. *Бодалёв А. А.* Восприятие и понимание человека человеком. — М.: Изд-во МГУ, 1981.
8. *Бойко Л. Н.* Система ожиданий личности: Психологический образ: строение, механизмы, функционирование и развитие. — Т. 1. — М., 1994. — С. 41.
9. *Бочаров В. В.* Власть и символ: Символы и атрибуты власти. — СПб., 1996.
10. *Бурдые П.* Общественное мнение не существует: Пер. с франц. / Бурдые П. Социология политики / Сост., общ. ред. и предисл. Н. Шматко). — М.: Socio-Logos, 1993. — С. 159–177.
11. *Бурдяк В. І., Ротар Н. Ю.* Політична культура, ідеологія, психологія: Навч. посіб. / Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. — Чернівці: Рута, 2000. — 104 с.
12. *Вишняк О. І., Ревель І. П.* Дослідження і прогнозування виборів в Росії та Україні: досвід і проблеми (1990–1999). — К.: СтилоС, 1998. — 150 с.
13. *Воробьев А. М.* Средства массовой информации как фактор формирования гражданского общества: процесс, тенденции, противоречия. — Екатеринбург: Изд-во УГЮИ МВД России, 1998. — 184 с.
14. *Воробьев Ю. Л.* Электоральное поведение как фактор политической социализации россиян / Дис... канд. социол. наук. — М., 1997.
15. *Гозман Л. Я., Шестопал Е. Б.* Политическая психология. — Ростов н/Д.: Феникс, 1996. — 448 с.
16. *Головатий М. Ф.* Професія — політик. — К., 2000.
17. *Голосов Г. В.* Поведение избирателей в России: теоретические перспективы и результаты региональных выборов // ПолиС. — 1996. — № 4.
18. *Гончарук В. В.* Психология делового общения и управленческих воздействий. — СПб.; 2003.
19. *Грачев Г. В.* Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. — М.: РАГС, 1999.
20. *Грачев Г. В., Мельник И. К.* Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. — М.: Ин-т философии РАН, 1999.

21. *Данливи П.* Политическое поведение: Институциональный и эмпирический подходы / Политическая наука: новые направления. — М., 1989.
22. *Демидов А. М.* Можно ли предсказать результаты голосования? // Социол. журн. — 1994. — № 3.
23. *Дилигенский Г. Г.* Массовое политическое сознание в условиях современного капитализма / Вопросы философии. — 1971. — № 9.
24. *Дилигенский Г. Г.* Российский гражданин девяностых: генезис постсоветского сознания (социально-психологическое исследование). — М., 1999.
25. *Дмитриева Е. В.* Фокус-группы в маркетинге и социологии. — М.: Центр, 1998. — 144 с.
26. *Дубов Н. Г.* Такое многоликое влияние. — М., 1989.
27. *Желтов В. В.* Политическая социология (очерк теории и истории) — Кемерово: Кемеров. гос. ун-т., 1997. — 122с.
28. *Законы и практика СМИ в одиннадцати демократиях мира (сравнительный анализ): Европа, Америка, Австралия.* Фонд защиты гласности. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Галерея, 2000. — 285 с.
29. *Ильин В. Н.* Поведение потребителей: Учеб. пособие. — Сыктывкар: Сыктывкар. ун-т, 1998. — 191с.
30. *Информационно-технологическая безопасность избирательных кампаний (материалы конференции).* — М.: Ин-т психол. РАН, 1999.
31. *Иудин А. А., Марченков П. А.* Выборы и электорат: политическая эволюция / Науч.-исслед. социол. центр. — Н.-Новгород: Изд-во Волго-Вят. акад. гос. службы, 1997. — 118 с.
32. *Кессельман Л. Е.* Выборы президента (некоторые проблемы прогнозирования) // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. — 1994. — № 3.
33. *Кин Дж.* Демократия и средства массовой информации. — Международный журн. социальных наук. — 1991. — № 2.
34. *Ключ к власти / Авт. кол. под рук. А. Н. Колесникова.* — М., 1999.
35. *Корнев М. Н., Фомичева В. М.* Психология массовой поведінки: Навч. посіб. — К., 2000.
36. *Кузьмен О. В.* Технологии избирательных кампаний. — Учеб. пособие. — Новосибирск: СибРАГС, 1998. — 250 с.

37. *Лебедева Т. Ю.* Паблик рилейшнз: Корпоративная и политическая режиссура. — М., 1999.
38. *Макаренко Б. Н.* Феномен политического лидерства в восприятии общественного мнения: уроки избирательных кампаний 1995 и 1996 годов // Вестник Фонда “Российский общественно-политический центр”. — 1996. — № 2. — С. 20.
39. *Маккей Ч.* Наиболее распространённые заблуждения и безумства толпы: Пер. с англ. — М.: АЛЬПИНА, 1998. — 332 с.
40. *Максимов А. А.* Чистые и грязные технологии выборов: Российский опыт. — М., 1999.
41. *Мангейм Дж. Б., Рич Р. К.* Политология: Методы исследования: Пер. с англ.; Предисл. А. К. Соколова. — М.: Зелёный мир, 1997. — 554 с.
42. *Методы исследования в психологии: квазиэксперимент: Учеб. пособие для вузов / Под ред. Т. В. Корниловой.* — М., 1998. — 295 с.
43. *Михайловский Н. К.* Герои и толпа: Избр. тр. по социологии. — В 2 т. / Отв. ред. В. В. Козловский. — СПб.: Алетейя, 1998. — Т. 1. — 362 с.; Т. 2. — 406 с.
44. *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены.* — ВЦИОМ. — 1998. — № 3–4.
45. *Морозова Е. Г.* Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. — М., 1999.
46. *Назаров М. М.* Об особенностях политического сознания в постперестроечный период // Социс. — 2003. — № 8. — С. 40.
47. *Ноэль-Нойман Э.* Общественное мнение: открытые спирали молчания. — М., 1996.
48. *Общественное мнение и власть: механизмы взаимодействия / Отв. ред. А. А. Ручка.* — К.: Наук. думка, 1993. — 136 с.
49. *Ольшанский Д. В.* Б.Н. Ельцин на фоне массового сознания (политико-психологический портрет). — Психолог. журнал. — 1992. — № 4.
50. *Ослон А., Петренко Е.* Факторы электорального поведения: от опросов к моделям // Вопр. социол. — 1994. — № 5.
51. *Основы политической социологии. Учебник / Под ред. Ж. Т. Тощенко.* — М., Нижний Новгород, 1998. — 250 с.

52. *Патти Ф. У.* Политическое поведение: мыслящие избиратели и многопартийные системы // Полит. наука: Новые направления. — М., 1999. — С. 262–280.
53. *Пашенцев Е. Н.* Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики. — 2-е изд. — М.: Финпресс, 2000. — 240 с.
54. *Петренко В. Ф., Митина О. С.* Психосемантический анализ динамики общественного сознания. — Смоленск: Изд-во МГУ, 1997.
55. *Петров О. В.* Социологические избирательные технологии. — Донецк: Арт-Пресс, 1998. — 164 с.
56. *По ту сторону* стереотипов поведения: Психология общения / Сост. А. В. Тисяченко, В. Б. Шапарь. — Харьков: Прапор, 1997. — 654 с.
57. *Политическая социология* / Отв. ред. В. Н. Иванов, Г. Ю. Семигин. — М.: Мысль, 2000. — 296 с.
58. *Политический альманах России. 1997* / Под ред. М. Макфола, Н. Петрова. — Т. 1: Выборы и политическое развитие. — М.: Моск. Центр Карнеги, 1998. — 642 с.
59. *Представительная демократия и электорально-правовая культура* / Под ред. Ю. А. Веденеева, В. В. Смирнова. — М.: Весь-Мир, 1997. — 221 с.
60. *Президентские выборы 1996 г. и общественное мнение.* — М.: ВЦИОМ, 1996.
61. *Психология толп.* — М.: Ин-т психологии РАН; Изд-во КСП+, 1998. — 412 с.
62. *Расторгуев С. П.* Выборы во власть как форма информационной экспансии. — М., 1999.
63. *Расторгуев С. П.* Информационная война. — М., 1999.
64. *Регіональні та національні еліти: хто формує політику?* / Матеріали Міжнар. наук. конф., Чернівці, 6–7 груд. 2001. — Чернівці, 2002.
65. *Сатаров Г. А.* Политическая жизнь через призму установок населения: структурные рейтинги. — Россий. монитор. — 1992. — № 1.
66. *Слово в действии.* Интент-анализ политического дискурса / Под ред. Т. Н. Ушаковой, Н. Д. Павловой. — СПб.: Алетейя, 2000. — 316 с.

67. *Соловьёв А. Н.* Психология власти: противоречия переходных процессов / Власть многолика. — М., 1992.
68. *Социология* и власть. Документы и материалы. 1953–1968. / Под ред. Л. Н. Москвичева. — М.: Academia, 1997. — 168 с.
69. *Социология* общественного мнения: Учеб. пособие / Под ред. В. Н. Ефремова, В. А. Пилипенко. — Волгоград: Изд-во ВАГС, 1998. — 150 с.
70. *Технологии* власти: Философско-политический анализ. — М., 1992.
71. *Тощенко Ж.* Элита? Клань? Касты? Как назвать тех, кто управляет нами? — СОЦИС. — 1999. — № 11.
72. *Ценностные* ориентации и социальное поведение в изменяющихся условиях / Сб. материалов науч.-практ. конф. социологов. — Самара, 1995.
73. *Чаньшев А. А.* История политических учений. Классическая западная традиция (античность — первая четверть XIX в.). — М.: МГИМО; РОССПЭН, 2000. — 479 с.
74. *Шампань П.* Делать мнение: новая политическая игра / Пер. с фр. — М.: Socio-Logos, 1997. — 326 с.
75. *Шварценберг Ж.-П.* Политическая социология. — М., 1992.
76. *Шестопал Е. Б.* Психологический профиль российской политики 1990-х: Теоретические и прикладные проблемы политической психологии. — М., 2000.
77. *Шестопал Е. Б.* Восприятие образов власти: политико-психологический анализ // Полис. — 1995. — № 4.
78. *Энкельман Н. Б.* Власть мотивации: Харизма, личность, успех / Пер. с нем. — М.: Интерэксперт, 1999. — 271 с.
79. *Ядов В. А.* Стратегия социологического исследования М.: Добросвет; Книжный дом “Университет”, 1998. — 596 с.

# ДОДАТКИ

Додаток 1

## Проблеми соціальної самоідентифікації української еліти

**Валерій Зливков,**

кандидат психологічних наук,  
доцент кафедри психології

Національного технічного університету  
“Київський політехнічний інститут”

*В історії кожної країни завжди була і є актуальною проблема соціальних патернів поведінки. Кого саме пересічний громадянин прагне наслідувати? Чиї дії вважає зразковими? Позитивний розв’язок сприяє консолідації націй.*

*Але можливий і варіант соціальної ситуації, котрий може розчахнути суспільство: якщо особи, котрим прагнуть наслідувати, не є патріотами, державниками та й просто масштабними особистостями. Як влучно зауважив щодо цього тележураліст Ю. Макаров, “колективне божевілля нічим не краще за колективну змову”.*

Як і годиться в порядному демократичному суспільстві, в Україні щодо означеної проблеми нуртує неабиякий плюралізм думок. Так, один з провідних наших соціологів Є. Головаха вважає, що “трійка з мінусом” — це сьогоднішня оцінка умов життя українських громадян. Ще кілька років економічного зростання — й соціологи матимуть “шанс написати, що Україна заслужила від своїх громадян принаймні задовільну оцінку”. Отже, при такому трактуванні подій опосередковано можна зробити висновок, що люди, які ухвалювали “доленосні рішення” в політиці, економіці, бізнесі, ЗМІ, в цілому впоралися зі своїми завданнями.

Водночас більш поширеною є точка зору, що саме люди, котрі іменуються “українською елітою”, несуть відповідальність за деструктивні тенденції, які характеризують специфіку соціальної ідентичності української нації: брак позитивних взірців поведінки, позитивних соціальних цінностей та уподобань і, як результат, формування песимізму як основного соціального настановлення майже усіх верств населення. Так, за результатами соціопитування, що

наводиться доктором соціологічних наук М. Пірен, на запитання “Як би ви могли охарактеризувати наш час?”, 51,7 % респондентів відповіли, що це час злодіїв, 35,5 % – час жебраків, 33,3 % – політиканів, 25,9 % – бюрократів, 24,4 % – час пристосуванців. Авторка, відповідно, робить висновок, що такі результати засвідчують, перш за все, брак у державних діячів чітко визначеної мети. Адже “переважна більшість нової української еліти... поставилась до висунутих історією завдань із рідкісною безвідповідальністю та безпрецедентною фаховою бездарністю”.

Стан справ, можливо, дещо віддзеркалює твердження Голови Верховної Ради України В. Литвина, що сьогодні гостро необхідна зміна політичних еліт – “поки що ми консервуємо стару політичну практику”. Тобто Голова Верховної Ради має на увазі те, що потрібно змінити нинішню еліту, оскільки переважна більшість її прагне законсервувати теперішній стан справ. Не розуміючи того, що соціально-психологічна ситуація в Україні за останні роки кардинально змінилася.

Навіть зробивши поправку на певну емоційність цитованих тверджень, мусимо визнати, що проблема відповідальності еліти перед суспільством в Україні актуальна саме тому, що кристалізація цієї еліти перебуває в зародковому стані. Представники істеблішменту широ не розуміють, чому повинні брати якісь зобов'язання перед народом частіше, ніж раз на чотири роки (під час чергових виборів). Не випадково ключовими постатями в соціальній політиці стають не фахівці з PR (зв'язків з громадськістю), а імпортні політтехнологи. Фахівці з PR мають широко висвітлювати реальні дії та досягнення політичної й бізнесової еліти. А політтехнологи створюють віртуальні цінності та події, переконуючи електорат в їх реальності. Певно, такі преференції фахівцям з маніпулювання громадською свідомістю свідчать про мізерність реальних досягнень еліти, які б дозволили їй консолідувати націю. Не випадково “до характерних рис сучасної еліти експерти відносять переважання: вузькогрупових, відомчих та інших партикулярних інтересів і цінностей, індиферентне ставлення до проблем стратегічного розвитку й інтересів громадян”.

Щоб визначити можливі тенденції розвитку української політичної і бізнесової еліти в майбутньому, спробуємо розглянути специфіку її виникнення, формування та розвитку на теренах колишнього СРСР. І, зокрема, в Україні. Така екстраполяція може дати певні



орієнтири щодо того, що саме може стати на заваді молодій українській державі.

Найбільшого поширення теорії еліт отримали на периферії Європи, в нових “демократіях”. Існує твердження, що “елітизм протистоїть демократизації суспільства, об’єктивно веде до підготовки різних форм авторитаризму і тоталітаризму”. Італійський соціолог В. Парето, який увів цей термін, писав, що наявність влади й капіталу передбачає певні особливості у тих людей, які претендують на звання еліти: військова хоробрість, шляхетне походження, власна гідність, мистецтво керувати. Цю думку розвивав і іспанський філософ Х. Ортега-і-Гассет. Він вважав елітою людей, що мають інтелектуальну та моральну перевагу над іншими, а головне — високе почуття відповідальності перед суспільством. Тобто можна говорити, що еліта — це сукупність людей (бізнес, політика, медіа), яка захищає загальнонаціональні інтереси і в усіх своїх діях керується тільки інтересами країни, яку репрезентує.

Саме такі політичні еліти, об’єднані на основі консенсусу, утворилися в країнах Балтії, а також в Угорщині, Польщі, Чехії. Вони “повною мірою сприйняли демократичні інститути та процедуру і тому ...досягли компромісу між прихильниками антикомуністичних та просоціалістичних орієнтацій”. Відтак нікого в Європі не дивує перебування на посаді президента Польщі “лівого” за поглядами О. Квасневського, який у своїх діях виходить винятково з інтересів польської держави та її громадян.

В деяких інших країнах при владі лишилася політична еліта колишніх режимів, “змінивши прапори та оголосивши себе прихильниками націонал-патріотів або соціал-демократів”. Вони перехопили ініціативу у національно-демократичних рухів, використали їхні гасла, залишившись при владі при повному зовнішньому дотриманні всіх демократичних процедур. Так, з точки зору В. Танчера, “...Україну найчастіше порівнюють з Румунією, де неокомуністи, імітуючи демократичні процеси, зберегли систему влади, яка має лише ознаки демократії”. Влада сконцентрована в руках державної бюрократії, що лишилась “під впливом номенклатури КПРС. Опозиційні сили знаходяться під тиском силових структур, податкової служби і в той же час — ігноруються провладними ЗМІ”.

Нам здається, що твердження, ніби вся нинішня владна еліта вийшла з лав КПРС, неповне. У цьому випадку і виконавча, і законо-

давча гілки влади значно більше уваги приділяли б формуванню державної ідеології (що звично для партноменклатури) та формуванню цілеспрямованої системи підготовки майбутньої української еліти. Щось на кшталт: жовтєнята — піонери — комсомольці — члени партії. Але цього не відбулося. Як зазначає доктор психологічних наук В. Медведєв, “ідеологічна порожнина, що виникла після розпаду СРСР, заповнюється ідеологією кримінальної субкультури”.

Отже, можна говорити, що у нас немає консолідуючої державної ідеології — зокрема й через неусвідомлення елітою своєї відповідальності за майбутнє країни. Це можна пояснити певною строкатістю та неоднозначністю тієї соціальної групи, яка визначається міфологемою “українська еліта”. Фахівці, що її досліджують, виділяють, як мінімум, три її складові:

- частина колишньої партійно-комсомольської номенклатури;
- колишні тінювики та представники криміналітету, що вже мали досвід напівзаконної комерційної діяльності;
- шукачі пригод, авантюристи.

Виникає закономірне запитання: наскільки ці люди втілюють найкращі риси української нації і чому вони так легко стали дуже можливими? Або, як сформулював один з дослідників: “Чи можна це назвати елітою?”

Коли проаналізувати кар’єру багатьох банкірів, керівників корпорацій, фондів, то майже в усіх їхніх анкетах буде написано: “В 1988–1991 роках перебував на виборній роботі в громадській організації”. Що майже завжди засвідчує колишню приналежність до апарату КПУ. Запорукою їх успіху стала причетність до розподілу загальнодержавної власності. У тих, хто належав до комсомольсько-партійної номенклатури, головним настановленням було: а) володіти владою, або ж б) відбирали до цієї “касти”, перш за все, “за анкетною” (потрібне було робітничо-селянське походження), а не за інтелектом. Відтак до багатьох із них прилипла стандартна характеристика: “Як був партторгом, так партторгом і лишився!” Тим більше це стосується партійної еліти України, куди відбирали енергійних виконавців, тоді як ініціативніших перевозили до Москви. Приклад: голова концерну “Юкос” В. Ходорковський — вихованець лєнінського комсомолу, виходець з партноменклатури. Як працював “інститут уповноважених”, з яких і вирости теперішні олігархи, проаналізуємо нижче.

Друга група — колишні тіньовики, що звикли “крутитися”, давати хабарі, шукати “дах” тощо. Вони перенесли ці звички і в нову епоху. Життя за принципом “Все що можна вкрати — потрібно вкрати!” неминуче призводить до того, що вони продовжують свою боротьбу під “килимом” і нині. Головна проблема представників цього контингенту: вони щиро не розуміють, чому мають перейматися загальнодержавними проблемами, захищати інтереси всіх верств населення. В кращому випадку вони “патріоти” своєї області, але найчастіше все зводиться до кланових інтересів та їх захисту від “чужих”. Для представників цієї групи еліти влада — це можливість організувати бізнес за рахунок пільг.

Третя група (покоління останнього десятиріччя, як її називають експерти) живе за дуже простим принципом: “Кинути” всіх, кого можна”. Їй притаманна тенденція до перманентного перерозподілу власності. Тут виживають лише “найнахабніші, готові нікого не жаліти на шляху до власної мети”. Більшість представників цієї групи мислить “регіонально”, прагне перенести методи, якими вони користувалися в своєму регіоні, на обшири всієї країни.

Звичайно, така строката суміш, що претендує на звання національної еліти, мало зацікавлена у справді ринкових реформах, оскільки бізнесові “прозорі” механізми для певної її частини означають втрату контролю над ситуацією. Через те, що рівень самооцінки значної частини українського істеблішменту за останні 10–12 років фантастично зріс, її представники самі себе переконують: ми цілком заслужено стали VIP-персонами. Наскільки це так, можна уточнити, якщо проаналізувати типові механізми їх збагачення.

Номенклатурний сектор проторинкової економіки створювався такими методами:

- акціонування державної власності, тобто приватизація (в такий спосіб, до речі, утворився російський “Газпром”);
- створення комерційних структур з ініціативи та за безпосередньою участю державних структур: керувати бізнесом вони доручили своїм “уповноваженим”; в ролі “уповноважених”, як зазначає О. Криштановська, використовували молодих людей, котрі одразу ставали першими особами потужних фінансових структур. Але так сталося тому, що “за ними завжди стояли могутні структури старої влади”. Ці молоді люди

“з комсомольського резерву партії...ї оперували грошима держави”;

- створення комерційної структури держчиновником “під себе”, з наступним пересіданням у нове крісло;
- використання особистих, неформальних зв’язків.

Якщо гіпотезу деяких дослідників про абсолютно штучно створену українську бізнес-еліту хоча б кілька хвилин розглядати як ймовірну, тоді стає зрозуміло, чому формування середнього класу в Україні гальмується: така еліта абсолютно не зацікавлена у появі класу енергійних конкурентів. Стають зрозумілими й викладки економістів щодо стану і перспектив середнього класу. На сьогодні в Україні в секторі малого бізнесу працює понад 3 мільйони чоловік, що складає приблизно 16 % зайнятого населення. Для порівняння: в розвинених країнах у малому бізнесі кількість зайнятих коливається від 46 % (Німеччина) до 70 % (Франція) та 80 % (Японія).

Саме тому, що висококваліфікована праця не знайшла реальної підтримки на державному рівні, фахівці прагнуть виїхати за межі України. Це можна б було вважати ознакою відкритого суспільства, яке не забороняє своїм громадянам перетинати кордони. Але коли процес стає масовим, то вже виникає загроза національній безпеці. Не випадково дехто з експертів б’є на сполох: “Україна в 90-х роках ХХ сторіччя втратила від 15 до 20 % свого інтелектуального капіталу в результаті еміграції найкваліфікованішої робочої сили”. На думку західних експертів, “еміграція одного висококваліфікованого фахівця рівноцінна інвестуванню 1 мільйона доларів США в економіку країн-реципієнтів”. З точки зору окремих аналітиків, Україна вже досягла “критичної маси інтелектуальної еміграції, перевищення якої веде до незворотних наслідків”.

Сюди ж можна віднести й гіркий досвід сотень українських студентів, які після багатоетапного відбору, конкурсів, співбесід у посольстві США на три місяці виїздили працювати в американські літні табори. І там із студентських “зірок” перетворювались на безправних, низькооплачуваних (порівняно з американськими студентами) гастарбайтерів. Особливо це стосувалося тих, хто потрапляв у приватні табори, наприклад, такий собі Поконо-Рідж у Пенсильванії. Студенти могли порівняти своє становище в цих таборах з перебуванням в МДЦ “Артек”, де до вожатих ставились вимогливо, але доброзичливо, з високою повагою.

Цілком можливо, що тимчасова чи постійна еміграція відбувається тому, що новоутворена еліта “тримає оборону” проти будь-яких спроб “чужих” досягти значного успіху. Ця гіпотеза, яку ми розглядаємо в суто академічному плані, дозволяє пояснити висновки деяких фахівців (Ж. Тищенко, наприклад) щодо претензій української еліти: “Головна ідея: утримати владу і капітал, зробити все, щоб населення мовчало, терпіло і не заперечувало проти маніпуляції собою, в тому числі й на виборах”.

Афоризм “Хотіли, як краще, а вийшло, як завжди” досить точно характеризує ідеологію значної частини нинішньої еліти країн СНД як такої, що, можливо, керується у своїй діяльності тільки тактичними завданнями, не переймаючись проблемами стратегічного планування.

Водночас питання “Наскільки об’єктивно сторонні спостерігачі можуть оцінити дії еліти?” носить дещо штучний характер. Ось уже понад сто років західні фахівці успішно використовують своєрідну “координатну сітку”, яка дозволяє оцінити все “віяло” соціальних дій еліти. Ще наприкінці XIX століття німецький соціолог М. Вебер створив досить повну класифікацію типів “соціальної дії”, використовуючи як критерій міру відповідності засобів діяльності її цілям. Все розмаїття “соціальних дій” лідерів було зведено до таких головних типів:

- правильний тип, у якому мета і засоби об’єктивно відповідають одне одному і тому раціональні;
- тип, у якому засоби, обрані для досягнення мети, лише тому, хто збирається їх застосувати, видаються адекватними (насправді ж вони можуть і не бути такими);
- тип, який діє приблизно, без чітко визначеної мети і засобів, за принципом “а раптом щось вийде”;
- тип, який не має точної мети, дії якого визначаються конкретними обставинами та зрозумілі лише при їх урахуванні;
- тип, дії якого лиш частково пояснюються зовнішніми обставинами та які включають в себе низку нераціональних, психологічно невмотивованих детермінант;
- тип, дії якого викликані цілковито незрозумілими стороннім спостерігачам психологічними чинниками і є такими, що їх не можна пояснити з позицій здорового глузду.

Не випадково серед експертів поширена думка про існування якоїсь “змови” в середовищі еліти для приховування справжніх цілей її діяльності. Так, один з ідеологів “перебудови” московський економіст О. Ципко пише, що “новій політичній еліті, тим, хто проводив економічні реформи, хто здійснював приватизацію... надзвичайно важливо, щоб так званий “електорат” нічого не дізнався про те, як здійснювались такі економічні реформи в країнах Східної та Центральної Європи”. Така дещо епатажна позиція ґрунтується на тому, що реальний рівень життя більшості населення, наприклад, країн Балтії, як мінімум на порядок вищий, аніж жителів України. Хоча ці країни, окрім вигідного геостратегічного розташування, не мають жодних переваг (корисні копалини, клімат, високорозвинена промисловість, чорноземи тощо) порівняно з тією ж Україною. Так, цікаво знати, що середня зарплата в Естонії – 370 доларів США. “Ця цифра реальніше віддзеркалює дійсність, бо наповнюється нормальною забезпеченістю середніх верств, які складають близько половини населення, а не соціальну верхівку”. Викладачі та лікарі країн Балтії отримують середньомісячну зарплатню в 300–400 доларів США. Пенсія сягає 100 доларів США. Одна з гіпотез про диференціацію еліти: навіть колишня партноменклатура поділилась на кілька течій. А саме: “Реформістська лишилась при владі, змінивши прапори, гімни, мову, тоді як комуно-ностальгічна була усунена від влади й очолила опозицію. Націонал-демократична еліта так і не об'єдналась, оскільки амбіції її лідерів постійно провокують розкол в її середовищі. Професійно-прагматична еліта тільки формується, не має ідеологічного стрижня і не може поки що згуртуватися на спільній основі”.

Замість консолідації еліти навколо загальнодержавних лідерів відбувається її єднання навкруг лідерів регіональних. У цьому нічого поганого, звісно, немає. Але за умови, що це порядні, висококваліфіковані люди, які можуть зрости до рівня загальнонаціональних лідерів. Якщо ж концентрація національних еліт відбувається за іншими принципами – виникають клани. Як стверджують фахівці, “клани формуються за принципами родинних зв'язків, протекціонізму, земляцтва, інколи професійних інтересів”.

Чи можна сказати, що представники кланових еліт є настільки ж щасливими, як і заможними? Це не чисто риторичне запитання, оскільки, як стверджують фахівці, “саме брак позитивних соціаль-

них ідентифікацій і привів багатьох молодих “нових росіян”, які, здавалося, досягли омріяної мети, до наркоманії та алкоголізму”. Досягнення будь-якими засобами високого рівня заможності без соціальної позитивної ідентифікації призводить до дуже цікавого феномена — “влада без слави”. В цьому випадку людина з еліти може робити майже все, що їй заманеться, але не в змозі отримати визнання як особистості надзвичайної.

Цей стан можна пояснити, якщо розглядати таких вихідців з еліти як представників “архаїчного” капіталізму кінця ХІХ сторіччя з його гаслом: “Всі проти всіх”. Наскільки доцільне впровадження такої моделі суспільства у світі, що змінився, покаже час. Але й сама наявність значної кількості депресивних представників еліти викликає додаткові запитання до соціально-психологічного забезпечення створення такого суспільства.

У світі існує два типи капіталізму: західний та архаїчний. Для архаїчного характерні: найкоротші шляхи до збагачення, криміналізація влади, корупція, клановість, експорт сировини і робочої сили. Його ознакою є і те, що в жодній країні він не створив ефективної економіки. Приклад: Індія після завоювання незалежності — жорстока економічна криза при наявності великої кількості посередницьких фірм та фірм, що торгували сировиною. Швидко збагатившись, “нові індуси” майже всі “емігрували в країни Заходу, а будували промисловість зовсім інші люди”.

Для архаїчного капіталізму характерне домінування олігархічних угруповань в усіх сферах функціонування держави. Отже, злиття влади і капіталу утворює владу “грошових мішків”, яку й прийнято називати олігархією. Згідно з дефініцією цього поняття, це “тип влади, при якій великі власники мають не лише економічну владу, а й значний політичний вплив”. Вони беруть участь у формуванні влади і отримують від неї привілеї, на яких і тримається їх бізнес. Відтак можна цілком зрозуміти реальні, а не декларовані мотиви поведінки деяких представників регіональних еліт.

Тенденції формування регіональною владою нової бізнес-еліти можна проілюструвати хрестоматійним прикладом, який часто наводять російські дослідники. Так, колись в Курську губернатор О. Руцькой передав аптечну мережу своєму старшому синові Дмитру, молодший син отримав посаду менеджера в ЗАТ “Курскнефтехим”, 49 % акцій якого належали московській фірмі “РуА”, генераль-

ним директором якої був все той же Руцькой-молодший. Старший брат губернатора “очоловав державну акціонерну компанію “Фактор”, молодший був заступником начальника МВС області. Мати губернатора О. Руцького — засновниця фірми “Глот”, його тесть А. Попов — начальник управління культури”.

Жорстка пов’язаність влади і бізнесу й обумовлює, за оцінками аналітиків, “тотальну недовіру до влади”. Вона проявляється в тому, що “відбувається ідеалізація минулого та критика сучасного. При цьому минуле позбавляється негативних нашарувань, а сучасне, навпаки, описується як сукупність негативних рис”.

Зовнішнім проявом такої ідеалізації минулого і неприйняття реальності сьогодення можна назвати моду на символіку колишнього СРСР. Незадоволення своїм становищем, з одного боку, та мінімум інформації, з іншого, призвели до появи та поширення низки міфів, на які еліта поки що не звертає уваги, але під вплив яких опосередковано потрапила й вона.

- **Міф про щасливе радянське минуле.** Привілеї колишніх вождів уже не викликають роздратування, оскільки вони мізерні у порівнянні з прибутками та привілеями сучасних можновладців.
- **Міф про деструктивну приватизацію.** “Влада нічого не зробила, аби пересічні громадяни могли скористатися приватизацією”.
- **Міф про столицю як конгломерат, що живе за рахунок регіонів.**
- **Міф про успіхи реформ.** У прикладній статистиці це зветься “екологічною помилкою”: економічні успіхи окремих соціальних груп приписуються населенню країни в цілому. Часто це несвідома помилка, що породжується спостереженням за власним оточенням. “Звідси розходження в оцінці соціально-економічної ситуації, що склалася. Оптимізм одних та стриманий реалізм інших”.
- **Міф про поганих працівників.** Топ-менеджери вважають, що реформи розвиваються повільніше, ніж можна було б, оскільки “працівники висувають забагато претензій на соціальний захист”.



- **Міф про універсальність законів управління.** Більшість представників сучасної бізнес-еліти переконана: на першому місці — максималізація прибутку. Все інше — другорядне!

Отже, соціально-культурне забезпечення негласно визнається другорядною справою.

Якщо хоча б побіжно проаналізувати ці міфи, то можна вже говорити про появу перших ознак класової свідомості українських громадян (майже за К. Марксом), про протилежність інтересів найманих працівників та еліти. Що дивно, представники нинішньої еліти просто відмовляються бачити тенденції соціально-психологічних та соціально-економічних реалій, які чекають на них у майбутньому. Вся соціальна політика держави декларується, виходячи з європейських конвенцій безкласового суспільства. Але “безкласове суспільство існує там, де малозабезпечені верстви володіють автомобілем “Фольксваген”, а заможні — “Мерседесом”. Різниця в рівні доходів має градуйований характер, а не деприваційний”. Тільки в таких умовах можна сподіватися на реальне, а не деклароване соціальне партнерство.

Потрібно звернути увагу й на те, що певна частина вихідців з КПРС не впоралася із статусом бізнес-еліти і повернулася на державну службу або ж виїхала з України. Саме тому фахівці говорять про значну різницю між бізнес-елітою-1993 та бізнес-елітою-2004. Різниця в тому, що “для першої головною базою були комсомольські структури, а для сучасної бізнес-еліти точка базування — міністерства”.

Цікава і характерна для країн СНД тенденція підвищення ролі в сучасному бізнесі вихідців із “силових” структур. Йдеться не про охоронні та детективні агентства, як можна було б думати, а про банківську справу і виробництво. Наприклад, вихідцями із “силових” структур є “четверта частина російської еліти (проти 11,2 % у 1992 році)”.

Чи можна говорити, що в умовах посилення ролі колишніх “силовиків” у політиці, бізнесі, медіа країни СНД можуть перетворитися на “поліцейські держави”, як це стверджували деякі представники опозиції, програвши вибори до Державної Думи РФ? Сюди ж можна віднести й складні футурологічні ремінісценції щодо загрози авторитаризму й тоталітаризму в країнах СНД.

Для того, щоб визначити роль сучасної еліти в реанімації цих форм правління, спробуємо виокремити їх специфічні ознаки, умови виникнення та можливу територію існування.

Класичною ознакою виникнення тоталітаризму, коли він “стає можливим та дієздатним в тих умовах і державах, які під час свого розвитку об’єктивно перебувають в екстремальній ситуації, для розв’язання якої необхідна мобілізація зусиль усієї нації. Громадяни, розуміючи ситуацію, йдуть за “рятівником” та “батьком нації”. Тобто для виникнення тоталітаризму потрібен спільний для всіх ворог (бажано – інша нація, релігія, менталітет тощо). Отже, месіанська моноідеологія, державна партія, улюблений вождь – вихідні поняття для виникнення тоталітарної держави.

Водночас основними ознаками авторитаризму є: концентрація реальної влади в руках однієї, частіше – виконавчої гілки влади; суттєве зниження ролі законодавчої гілки влади; зведення до мінімуму ролі опозиції; згортання демократичних політичних процедур (пікетування, дебати, мітинги тощо).

Р. Кочесоков “розвів” ці дві форми влади відносно ставлення еліти до них. Авторитаризм встановлюється всупереч волі більшості, або хоча б без її підтримки. Тоталітаризм же встановлюється при активній підтримці мас. При авторитаризмі держава майже не втручається в життя громадянського суспільства, хоча й прагне тримати його під жорстким контролем. При тоталітаризмі елементи громадянського суспільства цілеспрямовано формуються владою.

Цілком можливі ситуації, як припускають деякі експерти, існування перехідного етапу до ринкової економіки західного типу, коли йому передує етап олігархічної “ритуальної демократії”, що може закінчитись етапом наведення порядку аж до тоталітарного чи авторитарного варіанта. А вже після цього – формування нової еліти, готової “грати за правилами” західного, а не архаїчного капіталізму.

Розглядаючи трансформацію російської бізнес-еліти, О. Криштановська робить чіткий висновок: “Старі олігархи єльцинської епохи відходять у сутінки, поступаючись місцем новій генерації підприємців... Провінційнішим, але не таким наївно амбіційним”. З політолімпу зникають В. Гусинський, Б. Березовський, В. Ходорковський та інші, що ладні були “приватизувати” всю Росію.

Тенденція цікава, оскільки події в Російській Федерації часто на три — чотири роки випереджають аналогічні події в Україні.

То ж що буде президент В. Путін? Які у нього стосунки з російською бізнес-елітою? Як зазначають фахівці, схильні до незаангажованого аналізу, “він створив політику рівновіддалення олігархів від влади”. Отже, перед російською бізнес-елітою постає дилема: підтримати виконавчу владу або залишити рідні терени. Робиться, відповідно, висновок, що “катастрофи старих олігархів, які постраждали від своєї близькості до влади, навчили їх (тобто нових олігархів) обережності”.

У цьому плані судова справа проти “Юкосу” та арешт В. Ходорковського — знакова подія. Так виконавча влада має намір боротися зі спробами “нових” олігархів “йти в політику”. Це відбувається тому, вважають аналітики, що “нова влада зайнята відновленням державної машини, яка на певний час була приватизована чиновниками й бізнесменами”.

Повертаючись до питання, чи обов’язковим є етап виникнення авторитарного чи тоталітарно зорієнтованого суспільства при переході від архаїчного до західного капіталізму, звернімо увагу на деякі акценти у виступах лідера нової російської еліти В. Путіна. В такому державному устрої немає “місця опозиції, непрогнозованим виборам та бунтівним олігархіам”. Йдеться про гігантські економічні конгломерати, діяльність яких переважно контролюється державою. Як зазначила О. Криштановська, “модель корейського “економічного дива” найточніше підходить для цієї мети”. Інтереси держави і великого бізнесу співпадають: концентрація капіталу в руках 20–25 фінансово-промислових груп, повністю лояльних президентові РФ, який керується винятково державними інтересами, — соціально-економічний проект В. Путіна та кіл, які він репрезентує.

Виходячи з аналізу тенденцій соціально-психологічного розвитку нової російської еліти, можна зробити певний прогноз щодо характеру перебігу виборчої кампанії “Верховна Рада України — 2006”. Отже, на виборах — 2006 значно посилиться тиск керівників регіональних економічних структур на результати виборів і водночас зменшиться “питома вага” чиновників і політиків, які не увійшли до регіональних союзів влади та бізнесу. Посилиться (у різних формах) купівля голосів виборців. Все це може закрити доступ до законодавчих органів лікарям, педагогам, науковцям, більшості активістів гро-

мадських структур — у випадку, якщо вони не одержать підтримки лідерів місцевих бізнес-еліт. Скоротяться можливості для приходу до парламенту незалежних кандидатів, що прагнуть репрезентувати певний сегмент електорату. Тобто може виникнути ситуація, в результаті якої буде зроблено висновок: “Демократичні, альтернативні вибори практично припинили доступ до еліти неелітарних верств населення”.

Еліта може бути взірцем для громадян, якщо вони бачать її відповідальну поведінку в розбудові держави. Але ж: ліберально-архаїчний капіталізм, на який орієнтується значна частина нашої еліти, існує лише в підручниках кінця ХІХ століття. Наприклад, в Голландії та Норвегії сімейні прибутки від соціальних виплат переважають прибутки від підприємництва, а у Франції майже дорівнюють їм. Держава бере на себе розв’язання завдань, з якими приватний капітал впоратися не може: екологія, фінансування фундаментальної науки, освіти, охорони здоров’я, розвиток енергетики та комунікацій.

В інтересах української бізнес-еліти — розбудова держави, яка існуватиме довго. Інакше втрачає сенс вся попередня її діяльність: завжди може вигулькнути гасло Булгаковського Шарикова: “Все відняти та й поділити на всіх!”. Як зауважує М. Пірен, “хто ким став — свідчить сьогодні”. Відтак перед українським суспільством постає завдання відновити престиж “вибраної” верстви”, оскільки, за цим дослідженням, переважна більшість опитуваних не визнає за елітою морального права бути для неї взірцем.

Або можливий інший варіант. Суто гіпотетично: знову на допомогу братньому українському народові прийде виконувати свій інтернаціональний обов’язок хтось із наших сусідів. Інший прояв “інтернаціоналізму” — сумний приклад Е. Шеварднадзе. Йому здавалося, що він повністю відповідає вимогам зовнішніх сил. І запізно зрозумів: є особистості, які ще більше відповідають цим вимогам. Ситуацією, що зовнішні сили можуть зробити “відкриття”: Україною управляють мафіозні структури, — не можна нехтувати.

Причина кризи ціннісних орієнтацій полягає в тому, як вважають деякі дослідники, “що в сучасну епоху колективізм став майже лайкою. На щит було піднято принцип індивідуалізму та вседозволеності”. Відповідно, еліта, перебуваючи у смисловому полі пропа-

ганди індивідуалізму, керується тільки власними інтересами: “Тому що так — на Заході”.

Тим часом мало чію увагу привернуло те, що “західний індивідуалізм — це перетворення норм суспільного життя на саморегуляцію мислення і поведінки особистості”. Ілюстрація — знамените прислів'я: “Живи сам і давай жити іншим”. В країнах же СНД зміна базових принципів призвела до розгулу егоїзму та аморальності, які нав'язливо пропагуються через ЗМІ. Можна сказати, що й українська еліта опинилася в ролі об'єкта маніпуляції і з боку електронних ЗМІ. Хоча “підкування тільки про свої потреби та інтереси обертається для людини справжньою **пасткою**”. Адже процес особистісної самоідентифікації вимагає групової солідарності.

Виникає грандіозна проблема стратегічного переструктурування концепції соціальної та особистісної ідентичності українського народу на найближчі 12–15 років. Заміна “ідеології кримінальною субкультурою” та криміналізація певної частини української бізнес-еліти, що відбулися в нашому суспільстві, недвозначно вимагають посилення уваги до розв'язання цієї проблеми вже на етапі шкільного та студентського життя. Так, 1996 року опубліковано Доповідь ЮНКТАД “Ієрархічна шкала людського розвитку”, в якій констатується незаперечний факт, що в країнах, які найбільш гармонійно та динамічно розвивалися в останні десятиріччя ХХ століття (Малайзія, Філіппіни, Південна Корея, Японія), на стартовому етапі спостерігалася особлива увага держави до забезпечення високого (і безплатного) рівня освіти та охорони здоров'я.

Друга позиція — необхідність відбудови на державному рівні послідовної системи дитячих і молодіжних організацій. Звичайно, не йдеться про реставрацію конвеєра: жовтенята — піонери — комсомольці — комуністи. Має бути збережена сама ідея послідовного виховання громадян України на різних вікових етапах. Зрештою, нікого в США не дивує і не насторожує, що більшість американських президентів пройшла повний цикл скаутського вишколу!

Третю позицію можна сформулювати так: “Для чого відмовлятися від власних здобутків?” А саме: в 1991–2000 роках в Україні на базі Міністерства у справах молоді та спорту плідно функціонував Школа молодого політика, через яку пройшло кілька сотень перспективних молодіжних лідерів. З припиненням державного фінансування зникла можливість цілеспрямованої підготовки май-

бутньої еліти. Цілком можливо, що такі школи з'являться знову. Наприклад, на базі окремих партій. Але чи буде це добре для України в цілому?

Четверта позиція — зміна пріоритетів у діяльності електронних ЗМІ, вилучення “ефірного секонд-хенду”, творення вітчизняного телевізійного продукту відповідно до концепції соціально-психологічного розвитку української держави. Згадаймо: ще у XVII сторіччі німці мали репутацію людей, що брали участь у багатьох війнах як найманці. Про це говорить і старовинне прислів'я — “веселий німець”. Лише завдяки цілеспрямованій пропаганді таких чеснот, як точність, обов'язковість, старанність, працьовитість, запроваджену в своїй роботі з підданими кількома пруськими маркграфами та баронами, і виник менталітет сучасної німецької нації.

П'ята позиція — зміщення акцентів у презентуванні досягнень української еліти. Адже більшість громадян України дізнаються про добродійні справи VIP-персон за місяць — два до виборів, після яких всі PR-акції закінчуються. Існує тільки кілька винятків: більшість громадян України нічого не знає про бізнесмена Р. Ахметова, але добре знає його як президента ФК “Шахтар” — він зумів перетворити цей клуб на команду з європейськими претензіями. Це ж можна сказати і про діяльність і Г. та І. Суркісів у відродженні київського ФК “Динамо”. На цьому список представників бізнес-еліти, що вклали гроші у справи, завдяки яким українцям “жити стане краще, жити стане веселіше”, практично вичерпується. І це при тому, що Україна має давні й славні традиції меценатства. Такі прізвища, як М. Дехтярьов, М. Терещенко, Л. Бродський, В. Ханенко, Г. Гладенюк, П. Демидов-Сан-Донадо, Д. Агреньов-Слав'янський та десятки інших міцно увійшли в нашу історію.

Такі заходи мають звести до мінімуму соціально-психологічне розшарування між українською елітою та українським народом. Йдеться, в першу чергу, про формування національної ідентичності та державницької ідеології як стрижня існування незалежної України.

## Використання тесту Л. Сонді у політико-психологічних дослідженнях

**Марина Дроздова,**  
асистент кафедри психології  
історичного факультету  
Чернігівського державного педагогічного  
університету ім. Т. Шевченка

*Стаття присвячена одній з найважливіших проблем сучасної політичної психології – вивченню підсвідомих уявлень виборців про політичних лідерів. Розглянуто можливий варіант використання методики Л. Сонді для з'ясування особливостей підсвідомих образів ідеальних політичних лідерів. Наводяться результати емпіричного дослідження, проведеного автором 2003 року серед українських студентів.*

### **Постановка проблеми**

Політико-психологічні дослідження дозволяють оцінити політичну ситуацію в країні, вивчити та врахувати запити виборців, щоби проводити ефективну політику, прогнозувати суспільно-політичні зміни та їх вплив на свідомість громадян. Ці дослідження досить розмаїті за напрямками і стосуються таких аспектів, як політична свідомість та поведінка населення, психологія політичного лідерства, політична ідентифікація тощо.

Одним з основних напрямів політико-психологічних досліджень є вивчення уявлень виборців про політичних лідерів, оскільки це дає можливість з'ясувати настрої електорату і його політичні орієнтації, створювати відповідну політичну рекламу. Ці уявлення можуть стосуватися як реальних, так і ідеальних лідерів, будуватися на раціональних та емоційних оцінках, бути більш або менш усвідомленими. Зазначимо, що в більшості досліджень основна увага приділялась вивченню свідомих (раціональних) уявлень виборців (О. Башкирова, Н. Лайдинен, Л. Гегель, Р. Мамедбейлі, Л. Москвичева, С. Ципко та ін.). Традиційно в таких дослідженнях викорис-

товується методика “особистісний диференціал” та її модифікації (Д. Позняк).

Водночас окремі російські та українські дослідники вважають, що сприйняття образу політичного лідера часто носить ірраціональний, емоційний, підсвідомий характер (М. Андріанов, В. Казміренко, Н. Шелекасова, О. Шестопал, М. Новикова-Грунд). При цьому свідомі та підсвідомі уявлення про політичного лідера можуть не співпадати. Про важливість ірраціональних емоційних реакцій у сприйнятті політичних діячів ведуть мову й деякі західні фахівці. Зокрема, Д. Сірс підкреслює, що емоційні установки стосовно політиків (політичних партій) є стабільнішими та поширенішими, ніж раціональні. Проте результати інших західних досліджень показали, що когнітивний (пізнавальний) компонент атитюдю щодо політики може бути значнішим, ніж емоційний.

Отже, згідно з О. Шестопал, повноцінне вивчення уявлень про політичних лідерів має містити три аспекти: 1) вивчення раціонального рівня сприйняття політиків; 2) аналіз підсвідомого (емоційного) рівня цього сприйняття; 3) порівняння цих компонентів.

Зазначимо, що дослідження підсвідомих уявлень можна проводити лише за допомогою проєктивних методик. Дехто з авторів використовував метод кольорових асоціацій (М. Андріанов), образи тварин (О. Шестопал, М. Новикова-Грунд), методику незакінчених речень (О. Вознесенська, Т. Тамакова), методику портретних виборів Л. Сонді (Н. Ілюхіна, Є. Дорофеев).

На нашу думку, остання методика досить перспективна з двох причин. По-перше, як стимульний матеріал у тесті використовуються портрети людей, тобто стимули, аналогічні образам політичної реклами. По-друге, методика Л. Сонді дозволяє виявляти підсвідомий рівень мотиваційно-потрібнісної сфери особистості (через вибір тих чи тих портретів), визначати психологічні особливості самих виборців.

Зважаючи на це, зупинимося на характеристиці цієї методики. Л. Сонді, угорський психолог, розробив її у 1930-х роках. Теоретичною основою тесту стала авторська концепція генетичного детермінізму (так званий “долеаналіз”). Згідно з Л. Сонді, людина, обираючи шлюбного партнера, підсвідомо “тяжіє” до представників тих родин, у яких були такі ж патології, що і в її роді. Отже, вивчаючи ставлення особистості до представників з різними патологічни-



ми відхиленнями, можна здійснювати її психологічну діагностику. Пізніше цю концепцію більшість вчених відкинула, але стимульний матеріал методики Л. Сонді використовується в психодіагностичних дослідженнях і нині.

Методика Л. Сонді складається з 48 стандартних карток з портретами людей, що мають 8 типів психічної патології: h – сексуальна недиференційованість (гомосексуалізм); s – садизм; e – епілепсія; hu – істерія; k – кататонія (кататонічна шизофренія); p – паранойя (параноїдальна шизофренія); d – депресія; m – манія. Переважну більшість (30) портретів Л. Сонді запозичив з праці В. Вейганда “Психіатрія” (Німеччина), 6 – у С. Стробля (Швеція), 4 – з “Проміжних ступенів сексуального розвитку” М. Хіршфельда (Німеччина), а 4 підібрав сам. Всі картки згруповано у 6 серій по 8 у кожній (по одному портрету з кожної групи хворих).

У класичній процедурі піддослідному пропонують вибрати два симпатичні та два антипатичні портрети в кожній серії. Дослідник при цьому в спеціальній таблиці фіксує тип патології кожного портрета, на який падає вибір.

Аналіз результатів базується на кількості позитивних і негативних виборів портретів кожної серії (фактора). В залежності від кількості виборів виділяються такі види реакцій піддослідного: повна (обирається 5 – 6, мінімум 4 портрети однієї серії; при цьому, згідно з Л. Сонді, не має значення, позитивний це вибір чи негативний, реакція свідчить про найактуальніші потреби); середня (обирається 2–4 портрети однієї серії, така реакція характерна для потреб, виражених не дуже сильно); нульова (піддослідний не обирає жодного портрета серії або обирає лише 1, така реакція вказує на неактуальні потреби).

Залежно від якості виборів виділяють реакції: позитивні (всі, або майже всі вибори зроблено як симпатичні; цей тип реакції свідчить про потреби, готові до розрядки); негативні (всі, або майже всі вибори зроблено як антипатичні; така реакція вказує на потреби, які піддослідний пригнічує, витісняє у підсвідомість); амбівалентні (кількість позитивних та негативних виборів однакова або приблизно однакова; така реакція виявляє одночасну наявність двох протилежних тенденцій).

Згідно з Л. Сонді, кожний фактор (патологія) співвідноситься з певною потребою (потягом), а також з певними характерологічними рисами. Крім того, всі фактори згруповані у 4 основні вектори:

- S – вектор сексуального потягу (включає в себе фактори “h” та “s”);
- P – “пароксизмальний” потяг, який є основою морально-етичної поведінки (фактори “e” та “hy”);
- Sch – сфера “Я-потягу” (фактори “k” та “p”);
- C – сфера контактного потягу, міжособистісних відносин (фактори “d” та “m”).

Структуру факторів та векторів, виявлених за методикою Л. Сонді, наведено в таблиці 1.

Цікаві результати за допомогою стимульного матеріалу методики Л. Сонді отримали російські психологи Н. Ілюхіна і Є. Дорофеев, що вивчали уявлення студентів про ідеального політичного лідера. Науковці використовували два набори портретів тесту (№ 4–5), з яких піддослідним пропонувалось обрати портрет “ідеального президента країни”. Було встановлено, що більшість студентів (65 %) віддали перевагу двом портретам серій “s” (“садизм”) та “e” (“епілепсія”).

Так було зафіксовано схильність піддослідних обирати лідерів, які характеризуються активністю, рішучістю, владністю тощо. Н. Ілюхіна і Є. Дорофеев зафіксували також залежність зроблених виборів від такої особистісної характеристики, як локус контролю.

**Особистісні фактори, що виявляються  
за методикою Л. Сонді**

Вектор "S"		Вектор "P"		Вектор "Sch"		Вектор "C"	
h	s	e	hy	k	p	d	m
Потреба у коханні	Садомазохізм	Потреба в етичній поведінці	Потреба в моральній поведінці	Потреба у звуженні свого "Я"	Потреба в розширенні свого "Я"	Пошук нового об'єкта	Збереження та відторгнення об'єкта
<b>h +</b>	<b>s +</b>	<b>e +</b>	<b>hy +</b>	<b>k +</b>	<b>p +</b>	<b>d +</b>	<b>m +</b>
Особисте кохання: м'якість характеру, ніжність	Садизм: жорстокість, владність	Тенденція до доброти: сердечність ("риси Авеля")	Експібіціонізм: жадоба слави, схвалення, честолюбство	Тенденція до привласнення: егоїзм, розсудливість	Ентузіазм, переоцінка себе, екстраверсія	Непостійність, допитливість	Збереження об'єкта
<b>h -</b>	<b>s -</b>	<b>e -</b>	<b>hy -</b>	<b>k -</b>	<b>p -</b>	<b>d -</b>	<b>m -</b>
Любов до людства: тяжіння до кульгури, природи	Мазохізм: покірність, самовідданість	Тенденція до зла: ворожість, злобність ("риси Каїна")	Прихованість: сором'язливість, боязкість	Тенденція до заперечення: деструкція	Недооцінка себе, недовіра	Вірність, інертність	Відторгнення об'єкта, самотність

2003 року з метою вивчення уявлень студентської молоді про політичних лідерів нами було організовано й проведено емпіричне соціально-психологічне дослідження.

### **Об'єктом емпіричного дослідження**

були студенти 3-го курсу історичного факультету Чернігівського державного педагогічного університету ім. Т. Шевченка (спеціальності: “історія та англійська філологія”, “історія та українознавство”, “історія та соціальна педагогіка”, “історія та релігієзнавство”). Загальну вибірку склали 120 піддослідних, з них 29 (24 %) юнаків та 90 (75 %) дівчат (1 учасник експерименту не вказав свою стать). Перевага жінок у вибірці пояснюється специфікою педагогічного вузу та гуманітарною спрямованістю факультету.

**Предмет дослідження** — свідомі (раціональні) уявлення студентів про “реальних” та “ідеальних” політичних лідерів, а також підсвідомі (ірраціональні) уявлення про “ідеального” лідера. Далі описано результати дослідження, отримані за методикою Л. Сонді.

### **Методика та організація дослідження**

У дослідженні використовувався повний (48 карток) набір стимульних портретів тесту Л. Сонді в 6 серіях. У кожній серії піддослідному пропонувалося зробити один вибір (або не робити жодного) — обрати особу, за яку він би проголосував на виборах (президента, народних депутатів тощо). Таким чином, максимальна кількість виборів у дослідженні дорівнювала 6. Використання цієї методики, на наш погляд, дозволяло виявляти підсвідомі уявлення студентів про політичних лідерів. Для підвищення вірогідності результатів дослідження проводилось анонімно.

### **Результати дослідження та їх узагальнення**

Результати емпіричного дослідження було піддано стандартній процедурі математико-статистичного опрацювання з використанням комп'ютеризованих програм OCA та SPSS. У процесі статистичного аналізу вираховувалися результати як за загальною вибіркою піддослідних в цілому, так і за її окремими групами. Одержані дані наведено у комплексній табл. 2. Їх аналіз дозволяє визначити ряд цікавих тенденцій та дійти певних висновків.

### **Загальна вибірка**

Структура підсвідомих уявлень про ідеального лідера включала в себе, в основному, типи “h” та “e”. Це свідчить, що від такого лідера

очікують проявів м'якості, ніжності, сердечності, доброти, а також здатності до співчуття, толерантності тощо. Такі результати, на наш погляд, є закономірними, оскільки, по-перше, як уже згадувалось, 75 % загальної вибірки складала дівчата (а названі риси є переважно фемінінними); по-друге, саме цих “людських” рис, вірогідно, не висначає багатьом сучасним політикам.

Найпопулярнішими портретами в загальній вибірці виявилися портрети 1.6.e. та V.7.h, обрані, відповідно, половиною і третиною піддослідних.

*Таблиця 2*

**Уявлення про політичних лідерів – підсвідомий образ  
(загальна вибірка)**

Тип портретів	h	s	e	hy	k	p	d	m
Загальна вибірка								
Середня кількість виборів	0,8 ± 0,9	0,6 ± 0,8	0,9 ± 0,8	0,6 ± 0,8	0,2 ± 0,4	0,7 ± 0,9	0,1 ± 0,3	0,4 ± 0,7
Найбільш популярні портрети: 1.6.e (48,3 %), V.7.h (33,3%), IV.7.e (27,5%), IV.6.s. (24,2%)								
<b>Чоловіки</b>								
Середня кількість виборів	0,9 ± 0,9	0,6 ± 0,8	1,0 ± 0,6	0,4 ± 0,6	0,2 ± 0,4	0,9 ± 0,9	0,03 ± 0,9	0,4 ± 0,7
Найбільш популярні портрети: 1.6.e. (44,8%), V.7.h (27,6%), IV.7.e (27,6%), I.3.p. (24,2%)								
<b>Жінки</b>								
Середня кількість виборів	0,8 ± 0,9	0,6 ± 0,8	0,9 ± 0,8	0,6 ± 0,8	0,2 ± 0,4	0,7 ± 0,8	0,1 ± 0,3	0,4 ± 0,6
Найбільш популярні портрети: 1.6.e (50,0%), V.7.h (35,6%), IV.6.s (28,9%), IV.7.e (27,8%)								

Аналіз отриманих результатів дозволяє відзначити таку тенденцію. Всі найпопулярніші портрети ідеальних політичних лідерів є

портретами чоловіків. Ця закономірність простежується як серед піддослідних юнаків, так і в жіночій групі. Водночас вік обраних типажів коливається від досить юного (портрет V.7.h) до літнього (IV.6.s). Найпопулярніший, ідеальний політичний лідер (портрет 1.6.e.) уявляється як відносно молодий (30–35 років) чоловік з уважним, емоційно нейтральним виразом обличчя.

Порівнюючи наші результати з даними Н. Ілюхіної і Є. Дорофєєва, відзначимо таке. Різницю в обраних портретах можна, на наш погляд, пояснити двома моментами. По-перше, російські фахівці використовували лише 2 серії портретів, тим самим штучно обмежуючи вибір піддослідних. По-друге, різниця може бути обумовлена й комплексом соціально- та етнопсихологічних факторів. На те, що між виборами російських та українських студентів існує певна схожість, вказує той факт, що найбільш популярні серед росіян портрети (IV.6.s, IV.7.e) набрали і певний рейтинг серед української молоді.

**Чоловіча група.** Структура підсвідомих уявлень про ідеального лідера включала в себе, в основному, типи “e”, “h” та “p”. Це свідчить, що на підсвідомому рівні піддослідні юнаки бачать ідеального політичного керівника м’яким, добрим, емпатичним, терплячим, екстравертованим, емоційним.

**Жіноча група.** Структура підсвідомих уявлень студенток про ідеального лідера включала в себе, в основному, типи “e” та “h”, тобто обирались фемінінні риси політика (про що вже згадувалося).

Для міжгрупового порівняння результатів чоловічої і жіночої груп вираховувався коефіцієнт параметричної кореляції Пірсона ( $r$ ), який склав 0,9. Цей показник свідчить, що такі уявлення є досить схожими в усіх групах загальної вибірки

**Результати емпіричного дослідження дають підстави зробити такі висновки.**

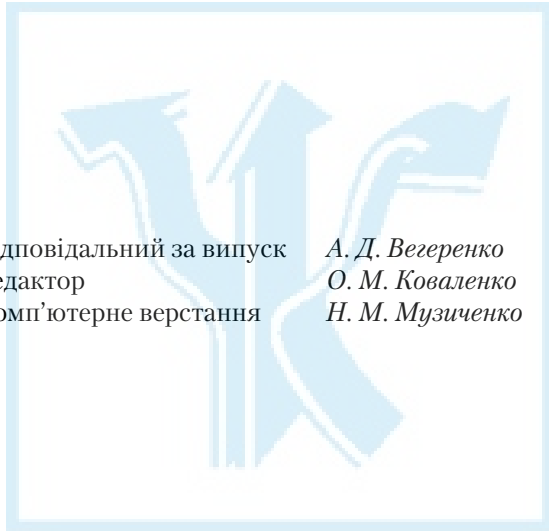
1. Проективна методика портретних виборів Л. Сонді є досить перспективною при проведенні політико-психологічних досліджень, спрямованих на вивчення уявлень різних груп виборців про політичного лідера. Використання стимульного матеріалу тесту дозволяє досліджувати особливості як підсвідомих (емоційних, ірраціональних) уявлень про політичних лідерів, так і психологічні особливості самих виборців.

2. Від ідеального політичного лідера сучасна студентська молодь на підсвідомому рівні очікує проявів м'якості, ніжності, сердечності, доброти, а також здатності до співчуття, толерантності. Це дещо суперечить структурі раціональних (свідомих) образів, які є більш "стенічними", "маскулінними".
3. Структура підсвідомих уявлень студентів про ідеального політичного лідера практично не залежить від впливу такого фактора, як стать. Студенти чоловічої і жіночої статі мають переважно схожі уявлення як про базові зовнішні якості ідеального політика (стать, вік), так і про його особистісні характеристики.



## ***ЗМІСТ***

Пояснювальна записка.....	3
Аудиторна самостійна робота студентів .....	4
Позааудиторна самостійна робота .....	17
Контроль самостійної роботи студентів .....	28
Список літератури .....	31
Додатки.....	39



Відповідальний за випуск *А. Д. Вегеренко*  
Редактор *О. М. Коваленко*  
Комп'ютерне верстання *Н. М. Музиченко*

**МАУП**

Зам. № ВКЦ-2964

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)  
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП