

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.О. СУХОМЛИНСЬКОГО**

Кафедра психології

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

для організації самостійної роботи студентів з дисципліни

СОЦІАЛЬНА ТА ПОЛІТИЧНА ПСИХОЛОГІЯ

Ступінь бакалавра

Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки

0.53 Психологія

Код та найменування спеціальності

Психологія

Освітня програма

Факультет: педагогіки та психології

(денна та заочна форма навчання)

Миколаїв

2018

Методичні рекомендації для організації самостійної роботи студентів з дисципліни «Соціальна та політична психологія» (денна та заочна форма навчання) розроблено та внесено: Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського

РОЗРОБНИК: Мухіна Людмила Михайлівна, викладач кафедри психології факультету педагогіки та психології Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського _____
(підпис)

Методичні рекомендації схвалено на засіданні кафедри психології

Протокол від «__» _____ 2018 р. № __

Завідувач кафедри психології _____ (Савенкова І.І.)
(підпис) (ПБ)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
Інформаційний обсяг навчальної дисципліни «Соціальна та політична психологія».....	8
Зміст самостійної роботи студентів з дисципліни «Соціальна та політична психологія».....	14
Індивідуальні завдання для самостійної роботи студента та методичні рекомендації до їх виконання.....	68
Методи та критерії оцінювання.....	70
Орієнтовний перелік питань для підготовки до екзамену з дисципліни «Соціальна та політична психологія».....	72
Термінологічний словник	75
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	81

ВСТУП

Самостійна робота студентів є складовою навчального процесу та одним із основних засобів опанування навчальним матеріалом у позааудиторний час.

Методичні рекомендації для організації самостійної роботи студентів з дисципліни «Соціальна та політична психологія» для студентів денної та заочної форми навчання факультету педагогіки та психології Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського підготовлені відповідно до навчальної та робочої програми дисципліни.

Методичні рекомендації для організації самостійної роботи студентів з дисципліни «Соціальна та політична психологія» зорієнтовані на поглиблене вивчення питань сучасної соціальної та політичної психології та їх практичного опрацювання з метою формування знань, умінь та навичок майбутньої професійної діяльності.

Під час вивчення дисципліни «Соціальна та політична психологія» розкриваються основні аспекти теорії, практики, методології соціальної та політичної психології.

На стику психології, соціології та політології виникла навчальна дисципліна «Соціальна та політична психологія». Головне завдання даної дисципліни полягає у сприянні вирішення складних соціально-політичних проблем, посиленні боротьби з психологічним впливом на соціум.

За специфікою досліджуваних проблем і практичної спрямованості «Соціальна та політична психологія» тісно пов'язана з соціологією та політологією. Водночас «Соціальна та політична психологія» є прикладною галуззю психології, котра базується на загальній, віковій та експериментальній психології. У зв'язку з цим вивчення дисципліни «Соціальна та політична психологія» студентами факультету педагогіки та психології передбачає знання основних положень загальної, вікової й експериментальної психології.

Мета курсу: сформувати основні уявлення про сферу взаємодії особистості, суспільства та політики; розкрити структуру й основний зміст соціальної та політичної психології, її базових понять і методів; сформувати у студентів фахову компетентність щодо психологічного забезпечення соціальної та політичної діяльності психолога та психотехнологій, які можуть бути використані ним при виконанні професійних завдань; вироблення у студентів наукового світогляду, оволодіння глибоким знанням про особистість та групи, соціально-психологічні детермінанти їх становлення та розвитку в сучасній соціокультурі.

Навчальна мета: викладення навчального матеріалу щодо сутності, психологічних особливостей, закономірностей та психологічної структури соціальної та політичної психології та діяльності працівників соціальної та політичної сфери.

Розвиваюча мета: залучення аудиторії до процесу наукового пошуку; формування здатності до самостійного та свідомого управління пізнанням та розумінням в контексті майбутнього фахового напрямку, формування наукового світогляду та професійного мислення.

Виховна мета: визначення перспектив застосування психологічних знань у професійній діяльності, сприяння зміцненню моральних, етичних та інших якостей особистості майбутнього фахівця.

Завдання курсу: дати загальні уявлення про соціальну та політичну психологію як науку, надати характеристику основних складових частин соціальної та політичної психології та специфіку прояву закономірностей психічної діяльності особистості у різних сферах соціальної та політичної взаємодії.

У результаті вивчення курсу студент оволодіває такими компетентностями:

I. Загальнопредметні:

- Працювати самостійно, приймати ініціативу та керувати часом.

Здатність організовувати комплексні завдання протягом певного періоду часу та подавати результат вчасно.

- Аналіз і синтез. Здатність до аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів.

- Гнучкість мислення. Набуття гнучкого мислення, відкритість до застосування психологічних знань та компетентностей у широкому діапазоні можливих місць роботи та у повсякденному житті.

- Групова робота. Здатність виконувати завдання в групі під керівництвом лідера, подібні навички, що демонструють здатність до врахування строгих вимог дисципліни, планування та управління часом.

- Комунікаційні навички. Здатність до ефективного комунікування та до представлення складної комплексної інформації у стислій формі усно та письмово, використовуючи інформаційно-комунікаційні технології. Працювати з іншими в мультидисциплінарному та мультинаціональному середовищі.

- Етичні установки. Дотримання етичних принципів як з погляду професійної чесності, так і з погляду розуміння можливого впливу досягнень психології на соціальну сферу.

II. Фахові:

– Здійснювати вивчення й узагальнення механізмів формування свідомості загалом, а також політичної, насамперед на рівні особистості, а далі спільнот у сучасному політичному житті України і країн світу; ролі політичної психології у формуванні їх політичних систем, розвитку демократії, правової держави, громадянського суспільства;

– Враховувати громадську думку, інтереси різних соціальних сил і груп для вироблення виваженої і різноспрямованої політики;

- Враховуючи політичний плюралізм, що існує в країні, вивчати психологію поведінки виборців на виборах, причини і фактори голосування за тих чи інших кандидатів;
- Розпізнавати психологічні чинники елементарних принципів і методів діяльності представницьких органів, формування блоків і коаліцій;
- Оволодіти законами психології появи і поширення масових рухів, механізмами їх взаємодії з інститутами влади і управління та нівелювання агресивної поведінки в разі необхідності;
- Формулювати прогнози і робити вибір найбільш адекватних альтернатив.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІАЛЬНА ТА ПОЛІТИЧНА ПСИХОЛОГІЯ»

Кредит 1. Методологічні принципи політичної психології

Тема 1. Політична психологія як наука. Історія розвитку політичної психології: Поняття «політична психологія». Об'єкт та предмет політичної психології. Завдання політичної психології. Передумови виникнення політичної психології. Віхи становлення політичної психології. Сучасний стан політичної психології. Перспективи розвитку політичної психології.

Тема 2. Політика як психологічний феномен. Методи досліджень у політичній психології: Поняття «політика». Функції політики. Політика як система. Політика як процес. Політика як система правил гри. Політика як діяльність. Політика як система цінностей. Людина як компонент політики. Особливості найбільш поширених методів досліджень у політичній психології. Методи корекційного впливу на політичну поведінку. Основні групи методів досліджень у політичній психології.

Кредит 2. Політична поведінка особистості та мас

Тема 3. Політична соціалізація особистості: Поняття «соціалізація» та «політична соціалізація». Основні агенти та основні інститути політичної соціалізації. Завдання політичної соціалізації. Стадії та механізми політичної соціалізації. Типи політичної соціалізації. Освіта як важливий засіб політичної соціалізації.

Тема 4. Я-концепція політичного лідера. Потреби політичних лідерів: Поняття «Я-концепція». Суб'єктивні негативні почуття у відношенні до себе як складові низької самооцінки. Прагнення до влади як компенсаторна реакція. Складові «Я-концепції» політичного лідера. Поняття «політичне лідерство». Завдання політичного лідерства. Функції політичного лідерства. Методи досліджень політичного лідерства. Стилi політичного лідерства. Теорії політичного лідерства. Концепції лідерської поведінки.

Культ особи. Концепції ситуаційного лідерства. Політичне лідерство в Україні.

Тема 5. Закономірності політичної поведінки натовпу: Поняття «політична поведінка», «натовп». Психологічні особливості поведінки особистості у натовпі. Механізми формування і склад натовпу. Етапи формування натовпу. Види натовпу. Натовп і політика. Психологічні властивості натовпу. Лідер у натовпі і механізми управління натовпом.

Тема 6. Чутки та стереотипи як знаряддя політичної боротьби: Поняття «чутки», «стереотипи». Класифікація чуток. Викривлення у процесі циркуляції чуток. Структура політичного стереотипу. Фактори виникнення чуток. Процес формування політичного стереотипу. Особливості боротьби з чутками та стереотипами.

Кредит 3. Політичний імідж кандидата та політична реклама як засіб психологічного впливу на електорат

Тема 7. Політичний імідж (вимоги, моделі, психотехнології створення): Поняття «політичний імідж». Складові політичного іміджу. Структура політичного іміджу. Психологічний образ політичного іміджу. Вимоги до ефективного політичного іміджу кандидата. Фактори формування іміджу. Типологія іміджів. Моделі політичного іміджу. Просодичні та кінестетичні складові політичного іміджу. Демографічні та психологічні складові політичного іміджу. Соціальний, символічний та політичний компонент іміджу політика. Передвиборча легенда. Маніпулятивні психологічні технології створення політичного іміджу. Використання соціальної перцепції для створення іміджу. Використання соціально-психологічних феноменів «контрасту» і «подібності» для створення іміджу. Використання вербальних та лінгвістичних прийомів для створення іміджу.

Тема 8. Стратегія та тактика виборчої кампанії: Поняття «стратегія виборчої кампанії», «тактика виборчої кампанії». Підходи до формування виборчих кампаній. Види стратегій формування команди кандидата. Етапи

розробки і реалізації стратегії і тактики проведення виборчої кампанії. Складові виборчої стратегії.

Тема 9. Формування команди кандидата. Психологічні методи формування команди кандидата: Поняття «команда кандидата». Психологічна структура команди кандидата. Патронажна й апаратна частини команди, їх функції. Принципи формування виборчої команди. Кількісний та якісний склад кандидатської команди. Структурно-функціональна будова команди політичного кандидата. Життєвий цикл команди політичного лідера. Функції команди кандидата. Неформальні групи підтримки команди політичного кандидата. Інформаційне забезпечення роботи правлячої команди.

Тема 10. Публічні виступи кандидата: Поняття «публічний виступ». Мета та завдання публічного виступу. Форми публічного виступу. Етапи публічного виступу. Структурні компоненти виступу за Е. Джейн. Етапи підготовки і проведення публічного виступу. Типи ораторів. Вимоги до публічного виступу кандидата. Публічні виступи кандидата у ході виборів. Публічні дебати як різновид публічного виступу.

Тема 11. Політична реклама як засіб розповсюдження політичної інформації: Поняття «політична інформація», «політична реклама». Класифікація політичної реклами. Цілі та мета політичної реклами. Ідентифікація політичної реклами. Види політичної реклами. Комунікативні функції політичної реклами. Носії політичної реклами. Етапи політичного рекламування. Вимоги до ефективної політичної реклами. Види політичної реклами. Політична реклама в Інтернеті. Поштова розсилка у політичній рекламі. Маніпулятивні технології в рекламуванні.

Тема 12. Електоральна поведінка. Соціальна перцепція електорату: Поняття «електоральна поведінка». Об'єкт, предмет і методи дослідження електоральної поведінки. Особливості прояву електоральної поведінки на усіх етапах виборів. Теорії електоральної поведінки. Методи прогнозування електоральної поведінки. Поняття «соціальна перцепція».

Об'єкт соціальної перцепції електорату. Функції соціальної перцепції електорату. Механізми соціальної перцепції електорату. Поняття «маніпулятивні технології». Принципи проведення виборчої кампанії.

Кредит 4. Соціально-психологічні закономірності спілкування та взаємодії людей

Тема 13. Соціальна психологія як наука. Історія розвитку соціальної психології: Предмет соціальної психології. Взаємозв'язок соціальної психології з іншими науками. Проблеми та задачі соціальної психології в сучасних умовах розвитку суспільства. Методологія наукового дослідження в соціальній психології. Історія формування соціально-психологічних ідей. Період експериментального розвитку соціальної психології у ХХ столітті. Соціальна психологія на сучасному етапі розвитку.

Тема 14. Загальна характеристика соціально-психологічних явищ та процесів. Міжособові та суспільні відносини: Визначна роль суспільних відносин для розвитку індивідуальної свідомості. Соціальна роль як необхідний вид соціальної діяльності – спосіб поведінки особистості, що визначає її в системі суспільних відносин. Виникнення міжособових відносин в середині системи суспільних відносин як форма їх прояву. Емоційна основа міжособистісних відносин.

Тема 15. Місце спілкування в системі відносин людини: Місце спілкування в системі відносин людини. Структура і функції спілкування. Спілкування як обмін інформацією. Спікування як взаємодія (інтерактивна сторона спілкування). Спікування як сприйняття людьми один одним (перцептивна сторона спілкування). Спікування як взаєморозуміння.

Тема 16. Механізми психологічного впливу і соціального контролю: Значення способів впливу в процесі спілкування і в практичній діяльності людей. Конкретні способи психологічного впливу: зараження, наслідування, навіювання, переконання. Роль і трансформація механізмів психологічного впливу в контексті історичного розвитку людського суспільства. Види

впливу. Психотропний вплив. Нейролінгвістичне програмування. Засоби масової комунікації. Чутки. Міфи.

Кредит 5. Соціальна психологія груп. Проблема особистості в соціальній психології

Тема 17. Психологія малих груп: Проблема групи в соціальній психології. Поняттєвий апарат для описування структури групи в соціальній психології. Класифікація груп. Основні психологічні характеристики структури групи. Значення різних типів груп для детермінації поведінки індивіда.

Тема 18. Динаміка малих груп: Спільна характеристика динамічних процесів в малій групі. Механізми формування малих груп. Зарубіжні та вітчизняні підходи дослідження малих груп. Розвиток малих груп. Принцип діяльнісного опосередкування групової активності. Психологія колективу. Стадії і рівні розвитку колективу.

Тема 19. Лідерство та керівництво: Психологічне трактування поняття «лідерство». Співвідношення лідерства та керівництва. Теорії походження лідерства. Стилi лідерства, типологія лідерства. Проблема лідерства в сучасних умовах розвитку суспільства.

Тема 20. Психологія великих соціальних груп: Проблематика психології великих соціальних груп. Стійкі соціальні групи в системі суспільних відношень. Психологія класів, соціальних верств. Вплив великих соціальних груп на змістовну сторону цінностей і потреб індивіда. Соціальний характер, звички, традиції та образ життя. Психологічні особливості етнічних груп. Методологічні принципи дослідження етнічної психології. Психологія націй. Поняття національного характеру. Національна свідомість. Проблема вінецентризму. Поняття «етнічного стереотипу». Відносність та історичність національної психології.

Тема 21. Соціальна психологія особистості та суспільних систем: Особистість і суспільство. Поняття соціалізації. Механізми та інститути соціалізації. Соціалізація і детермінація соціальної поведінки особистості.

Поняття «соціальної установки». Структура соціальної установки. Функції соціальної установки в регуляції соціальної поведінки особистості. Проблема зміни соціальних установок. Поняття соціальної системи. Типи соціальних систем. Тоталітарна система, умови її виникнення. Авторитарна система. Відчуження від влади як головний феномен свідомості особистості в авторитарній системі. Ліберальна система та її вади. Демократична система.

Тема 22. Прикладні аспекти соціальної психології: Інструментарій практичного соціального психолога. Використання здобутків соціальної психології в роботі малих груп. Психологічне опосередкування в розв'язанні конфліктів. Психологія релігії. Психологічні проблеми глобалізації. Соціально-психологічні аспекти протиправної поведінки. Політична психологія. Психологія реклами і масових комунікацій.

ЗМІСТ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ З ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІАЛЬНА ТА ПОЛІТИЧНА ПСИХОЛОГІЯ»

Кредит 1. Методологічні принципи політичної психології

Тема 1. Політична психологія як наука. Історія розвитку політичної психології

Методичні вказівки до теми 1. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття політичної психології та її місце у системі наукового знання; об'єкт, предмет, основні категорії та завдання політичної психології; віхи становлення політичної психології; сучасний стан політичної психології; перспективи розвитку політичної психології.

Політична психологія – це галузь психології, яка вивчає психологічні компоненти (настрої, думки, почуття, ціннісні орієнтації тощо) політичної життєдіяльності суспільства, що формуються і виявляються на рівні політичної свідомості на цій, класів, соціальних груп, урядів, індивідів і реалізуються в їхніх конкретних політичних діях.

Формально політична психологія як власне наукова дисципліна започаткувалася в 1968 р., коли в Американській асоціації політичних наук було створено відділення політичної психології. Водночас в Йельському університеті США було запроваджено спеціальну навчальну програму поглибленої підготовки політологів саме у сфері психологічних знань.

Основними **функціями** політичної психології є:

- пізнавальна – дає змогу людині чітко орієнтуватися в політичній життєдіяльності й вибирати способи власних дій;
- адаптаційна – сприяє пристосуванню суб'єкта політики до навколишнього середовища;
- мотиваційна – надає можливість втілювати наміри в певні політичні дії.

Предмет політичної психології – це відповідні психічні процеси, стани і властивості людини, які модифікуються при її взаємодії з владою.

До **об'єкта** політичної психології відносяться люди, що здійснюють владу і підкоряються цій владі, та виявляють при цьому психологічні якості, що зустрічаються тільки в області політики.

Рекомендована література

1. Головатий М.Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / М.Ф. Головатий. – [2-ге вид.]. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
2. Андреев А.Л. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А.Л. Андреев. – М. : Весь мир, 2002. – 237 с.
3. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Ольшанский. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 494 с.

Питання для самоконтролю

1. Поняття про предмет, об'єкт політичної психології.
2. Етапи розвитку політичної психології.
3. Основні категорії, принципи, завдання.
4. Сучасна політична психологія.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Підготуйте реферат на одну із запропонованих тем: «Зв'язок сучасної політичної психології з галузями психології»; «Особливості сучасного стану вітчизняної політичної психології».

Тема 2. Політика як психологічний феномен. Методи досліджень у політичній психології

Методичні вказівки до теми 2. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття політики; функції політики; політика як система; політика як процес; політика як система правил гри;

політика як діяльність; політика як система цінностей; людина як компонент політики; особливості найбільш поширених методів досліджень у політичній психології.

Політика – це «мистецтво управління» державою, спільнотою, міждержавними відносинами – сфера діяльності, пов'язана з відносинами між соціальними групами, суттю якої є визначення форм, завдань, змісту діяльності держави.

У суспільному житті політика виконує наступні **функції**: **1) функція забезпечення цілісності і стабільності суспільства.** Політика здійснює цю функцію завдяки здатності вловлювати тенденції суспільного прогресу і в руслі цих тенденцій формулювати загальні цілі, розробляти проекти майбутнього, визначати соціальні орієнтири, вишукуючи для їх здійснення необхідні ресурси; **2) функція мобілізації і забезпечення ефективності спільної діяльності.** Крім формулювання цілей поступального розвитку політика забезпечує їх реалізацію шляхом створення мотиваційного механізму, надаючи індивіду ефективні можливості для задоволення його соціальних потреб, зміни його соціального статусу за допомогою влади; **3) управлінська і регулятивна функції політики.** Політика як висловлює владно значущі інтереси і потреби різних груп суспільства, а й забезпечує їх взаємодію, надає на них вплив шляхом прийняття політичних рішень. Впливаючи на інтереси груп, політика керує соціальними процесами і регулює їх, використовуючи соціальне примус і насильство; **4) функція раціоналізації.** Політика раціоналізує конфлікти і суперечності, попереджає їх або цивілізовано дозволяє; **5) функція політичної соціалізації.** Політика включає особистість в соціальні відносини, передаючи їй досвід і навички перетворювальної діяльності, ефективного виконання ролей і функцій; **6) гуманітарна функція.** Ця функція виражається в створенні гарантій прав і свобод особистості, забезпечення громадського порядку, громадянського миру і організованості.

Як психологічний феномен політика розглядається з **6 позицій**: як система, як процес; як система правил гри; як діяльність; як система цінностей; людина як компонент політики.

Методи політико-психологічних досліджень. Дослідження явищ і об'єктів, що попадають у сферу уваги політичної психології, обумовлює використання методів різних суміжних із нею наук. Так, феномени масового політичного поведження вимагають таких методів, як *аналіз статистичних даних*, проведення масових опитувань, фокусованих інтерв'ю і методу фокус – груп. Політпсихологи проводять аналіз статистичних даних жителів конкретного виборчого округу з наступним описом основних психологічних типів виборця. Політик, таким чином, одержує детальне уявлення як про глибинні і малорухомі настанови своїх виборців, так і про ситуативні зміни їхніх настроїв. Для дослідження стану масової свідомості використовуються також *проективні методи*, наприклад, метод незакінчених речень.

Важливим методологічним підходом у політичній психології є біхевіоризм, що ґрунтується на вивченні політичної поведінки, застосуванні *кількісних методів* до вивчення і порівняння політичних об'єктів.

Психобіографічні підходи дозволяють не лише з'ясувати вплив окремих особистісних характеристик політиків на конкретні події, але й побачити в окремому політику модель визначеного типу політичної культури.

Вивчення феноменів політичного мислення і політичної свідомості, що знаходять свій прояв у різних спонтанних текстах політичних діячів, здійснюються за допомогою *контент – аналізу*. Серед досліджуваних компонентів тут виступають: переконання, понятійна складність, методи досягнення цілей і деякі інші особливості. Для вивчення політичного менталітету тих груп, що мають артикульовані політичні цінності, застосовується *метод побудови їхнього семантичного простору*. Матеріалом аналізу слугують промови відомих політиків, партійні документи і т.п.

Політичні психоаналітики продовжують традицію вивчення особистості політика, створюючи *психологічні профілі* представників даної професії. Для цього використовуються *психологічні тести*, численні *методи дистанційного аналізу* (тексти виступів, відеозапису, мемуари і т.п.). Нерідко використовуються *методи експертних оцінок і експерименту*.

У політичній психології використовується і широкий набір *методів корекційно розвиваючого впливу і консультування*. Усі вони в сукупності складають дослідницько – розвиваючі технології, що на основі пізнання, ефективно впливають на політичне поведження, свідомість і несвідомі структури особистості.

Рекомендована література

1. Мухаев Р.Т. Политология: [учеб. для студентов вузов] / Рашид Тазитдинович Мухаев. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 495 с.
2. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Ольшанский. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 494 с.
3. Шестопап Е.Б. Политическая психология: [хрестоматия] / Е.Б. Шестопап. – М. : Аспект-Пресс, 2007. – 432 с.

Питання для самоконтролю

1. Політика як психологічний феномен.
2. Методи досліджень у політичній психології.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Підготуйте реферат на одну із запропонованих тем: «Новітні методи досліджень політичної психології»; «Особливості прояву політики як психологічного феномену (Обрати та описати одну позицію: політика як система; політика як процес; політика як система правил гри;

політика як діяльність; політика як система цінностей; людина як компонент політики)».

Кредит 2. Політична поведінка особистості та мас

Тема 3. Політична соціалізація особистості

Методичні вказівки до теми 3. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття соціалізації особистості та політичної соціалізації особистості; основні агенти та основні інститути політичної соціалізації; завдання політичної соціалізації; стадії та механізми політичної соціалізації; типи політичної соціалізації; освіта як важливий засіб політичної соціалізації.

Політична соціалізація – своєрідний вступ людини в соціально-політичне середовище, залучення його до системи функціонують політичних орієнтації, традицій, навичок, передача і засвоєння їм існуючих політичних відносин, процесів, явищ, включення в систему політичних зв'язків за допомогою розвитку його соціальної і перш всього суспільно-політичної активності.

Первинним механізмом політичної соціалізації дитини є імітація поведінки батьків, яка може виражатися у формі ігрової діяльності, котра у цей час є ведучою у дитини.

Американські політологи Д. Істон і Дж. Денніс виділяють наступні **етапи** політичної соціалізації дитини:

- 1) *політизація*, засвоєння наявності зовнішньої влади;
- 2) *персоналізація*, усвідомлення політичної влади через що символізують політичні фігури;
- 3) *ідеалізація*, приписування політичним лідерам виключно позитивних якостей;
- 4) *інституалізація*, характеризується переходом від персоніфікованого сприйняття політики до більш абстрактного сприйняття. На цій стадії закладаються уявлення про інститути влади.

Американський політолог Р.М. Мерельман виділяє чотири **моделі** політичної соціалізації.

Перша – *системна* – характеризується формуванням позитивного ставлення до влади, правовому порядку, традиційним інститутам. Найважливішими **агентурами** соціалізації є школа і сім'я, а також оточення особистості, її однолітки.

Друга – *гегемоністська* – формує у молоді вороже налаштовану проти будь-якої соціальної і політичної системи, крім «своєї». Провідними **агентурами** в цій моделі є засоби масової інформації.

Третя – *плюралістична* – формування уявлень громадян про свої політичні інтереси, бажання участі в їх реалізації, високого рівня громадянської активності. У результаті громадяни стають прихильні певним політичним групам і можуть їх вільно змінювати в залежності від результатів політики і ступеня реалізації своїх інтересів. **Агентурами** є школа, батьки, засоби масової інформації, партії та групи інтересів.

Четверта – *конфліктна* – зводиться до формування лояльності до певної групи і готовність підтримати її в боротьбі проти інших груп. **Агентурами** соціалізації є органи пропаганди та агітації, що представляють інтереси групи.

Рекомендована література

1. Андреев А.Л. Политическая психология: [хрестоматия] / А.Л. Андреев. – М. : Весь мир, 2002. – 237 с.
2. Политология: [учебник для бакалавров : для студентов высших учебных заведений] / под ред. И.Е. Тимерманиса. – Москва : Юрайт, 2015. – 701 с.
3. Пирогов А.И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А.И. Пирогов. – М. : Академ.Проект, 2005. – 362 с.

Питання для самоконтролю

1. Політична соціалізація особистості.
2. Агенти та інститути політичної соціалізації.

3. Типи політичної соціалізації.
4. Освіта як важливий засіб політичної соціалізації.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Підготуйте есе на одну із запропонованих тем: «Моя політична соціалізація»; «Роль освіти у процесі моєї політичної соціалізації»; «Політична соціалізація особистості без агентів та інститутів політичної соціалізації (міф чи реальність)».

Тема 4. Я-концепція політичного лідера. Потреби політичних лідерів

Методичні вказівки до теми 4. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття Я-концепції; суб'єктивні негативні почуття у відношенні до себе як складові низької самооцінки; прагнення до влади як компенсаторна реакція; складові «Я-концепції» політичного лідера; поняття політичного лідерства; завдання політичного лідерства; функції політичного лідерства; методи досліджень політичного лідерства; стилі політичного лідерства; теорії політичного лідерства; концепції лідерської поведінки; культ особи; концепції ситуаційного лідерства; політичне лідерство в Україні.

«Я-концепція» – це динамічна система уявлень людини про себе, яка включає усвідомлення своїх фізичних, інтелектуальних та інших особливостей; самооцінку та суб'єктивне сприймання зовнішніх чинників, які впливають на особистість.

А. Адлер пов'язав прагнення особистості до домінування зі спробами компенсації реальних або уявних дефектів особистості. Г. Лассуел розробив концепцію, відповідно до якої, людина для компенсації низької самооцінки прагне до влади. Учений у своїй роботі «Психопатологія і політика» розробив гіпотезу, згідно якої певні люди мають надзвичайно сильну потребу

у владі та/або інших особистісних цінностях, (таких як: любов, повага, моральна чистота) як в засобах компенсації травмованої або неадекватної самооцінки.

А. Джордж у своїй роботі «Влада як компенсаторна цінність» розглянув можливу структуру низької самооцінки, і виявив, що низьку самооцінку можуть становити **п'ять негативних суб'єктивних почуттів щодо себе в різних їх комбінаціях:**

- 1) почуття власної неважливості, не значимості;
- 2) почуття моральної неповноцінності;
- 3) відчуття слабкості;
- 4) почуття посередності;
- 5) почуття інтелектуальної неадекватності.

Американські дослідники Д. Оффер і Ч. Строзаер розглядають **«Я образ» політика, як «Я» розділене на 6 різних частин**, які тісно взаємодіють між собою. До них належать: фізичне Я, сексуальне Я, сімейне Я, соціальне Я, психологічне Я, що долає конфлікти Я.

Дж. Аткинсон та Д. Мак-Клелланд виділили наступні **мотиви політичного лідерства:** 1 – потреба у владі, 2 – потреба в досягненні, 3 – потреба в афіліації, 4 – потреба в контролі над подіями та людьми.

Е. Фром виділив наступні **мотиви політичної участі:** мотив інтересу і привабливості політики як сфери діяльності; пізнавальні мотиви; мотив влади над людьми; ідеологічні мотиви; мотиви перетворення світу; традиційні мотиви; меркантильні мотиви; помилкові мотиви.

Рекомендована література

1. Шалагинова Л.В. Психология лидерства: [учебное пособие] / Л.В. Шалагинова. – СПб. : Речь, 2007. – 458 с.
2. Шейнов В.П. Психология лидерства и власти: [учебное пособие] / В.П. Шейнов. – М. : Ось-89, 2008. – 604 с.
3. Щербинина Н.Г. Теории политического лидерства: [учебное пособие] / Н.Г. Щербинина. – М. : Весь мир, 2004. – 181 с.

Питання для самоконтролю

1. «Я-концепція» політичного лідера.
2. Політичне лідерство (поняття, завдання, методи, стилі, теорії).
3. Сучасне політичне лідерство в Україні.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Підготуйте письмовий аналіз «Я-концепції» політичного лідера (за власним вибором студента) та охарактеризуйте його стиль лідерства.

Тема 5. Закономірності політичної поведінки натовпу

Методичні вказівки до теми 5. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття натовпу; психологічні особливості поведінки особистості у натовпі; механізми формування і склад натовпу; етапи формування натовпу; види натовпу; психологічні властивості натовпу; механізми управління натовпом.

Натовп – це багато чисельне скупчення людей, що знаходяться в безпосередніх контактах один із одним, і в стані підвищеного емоційного збудження, що характеризується початковим стихійним своїм утворенням і відсутністю загальної для усіх усвідомленої мети.

Основними **механізмами утворення натовпу** є: циркулярна реакція (емоційне кружляння) та чутки.

На поведінку людини у натовпі діють умови довготривалого характеру (економічні, політичні, соціальні чинники) та ситуативного характеру (конкретний привід). Ще одним важливим чинником, що впливає на поведінку людини у натовпі є рівень розвитку політичної культури суспільства, а також особливості національно-історичних традицій.

Основними **ознаками поведінки людини у натовпі** є:

- Зниження самоконтролю (інтернальності);

- Деіндивідуалізація поведінки;
- Нездатність утримувати увагу на одному і тому ж об'єкті;
- Характерні особливості переробки інформації;
- Підвищена навіюваність;
- Підвищена фізична, психофізіологічна і психічна активність;
- Не типовість та не визначеність поведінки.

Учені виділяють наступні **види натовпу**:

- Оказиціональний натовп – скупчення людей, зібраних випадковим чином.
- Конвенціональний натовп – збирається з приводу заздалегідь оголошеної події.
- Експресивний натовп – ритмічно виражає певну емоцію: радість, ентузіазм, обурення.
- Діючий натовп – найбільш значимий та небезпечний вид стихійної поведінки. У свою чергу він поділяється на наступні підвиди:
 - Агресивний натовп – емоційна домінанта цього виду натовпу – лють та злість.
 - Панічний натовп – люди, у цьому натовпі охоплені жахом і прагненням уникнути реальної або уявної небезпеки.
 - Корисливий натовп – люди вступають у неорганізований конфлікт за володіння певними цінностями. Домінуюча мотивація – жадність.
 - Повстанський натовп – схожий з агресивним натовпом, але відрізняється від нього соціально справедливим характером.

Рекомендована література

1. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я.Є. Кальба. – Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка.
2. Андреев А.Л. Политическая психология: [учебное пособие] / А.Л. Андреев. – М. : Весь мир, 2002. – 237 с.

3. Психология социальных ситуаций: [учебное пособие] / под ред. Н.В. Гришиной. – СПб. : Питер, 2001. – 416 с.

Питання для самоконтролю

1. Закономірності політичної поведінки натовпу.
2. Види натовпу.
3. Психологічні особливості управління натовпом.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Підготуйте практичні рекомендації людині, яка опинилася у натовпі (по 15 рекомендацій щодо кожного виду натовпу).

Тема 6. Чутки та стереотипи як знаряддя політичної боротьби

Методичні вказівки до теми 6. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття чуток та стереотипів; класифікація чуток; викривлення у процесі циркуляції чуток; фактори виникнення чуток; процес формування політичного стереотипу; структура політичного стереотипу; особливості боротьби з чутками та стереотипами.

Чутки – це форма спотвореної інформації про значимий об'єкт, циркулюючої у великих групах в умовах невизначеності і соціально-психологічної нестабільності.

За експресивним параметром виділяють три групи чуток: чутки-бажання, агресивні чутки та чутки-лякала.

У процесі поширення чуток спостерігаються наступні тенденції **перетворення фабули (спотворення) чуток**: згладжування, загострення, пристосування.

Чинники виникнення чуток можуть бути фундаментальними (інтерес до теми, дефіцит надійної інформації) та супутніми (чинник особистого статусу, чинник емоційного балансу).

Сприятливим ґрунтом для виникнення чуток є напружене чекання та протилежне відчуття – нудьга.

Стереотип – це образ соціального, політичного чи іншого явища, що володіє емоційністю, спрощеністю, символічністю.

До **структури стереотипу** належать: когнітивно-інформаційні, емоційно-чуттєві і мотиваційно-спонукальні компоненти.

Забобони – це невиправдано негативні установки по відношенню до певних об'єктів.

Забобони найчастіше мають приховану форму і виявляються завуальовано у вигляді переваг того, що звично, схоже, зручно.

Рекомендована література

1. Зимбардо Ф. Социальное влияние: [учебное пособие] / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.
2. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А.И. Пирогов. Московский открытый социальный университет. – М. : Академ.Проект, 2005. – 362 с.
3. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии: [учебное пособие] / Г.Г. Почепцов – М. : Центр, 2003. – 384 с.

Питання для самоконтролю

1. Феномен чуток і його вивчення.
2. Спотворювання у процесі циркуляції чуток.
3. Стереотипи і забобони: вплив на політичну поведінку.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Підготуйте по 5 прикладів кожного виду чуток за експресивним параметром.
4. Опишіть 3 найбільш сформованих політичних стереотипів та забобонів у нашій країні.

Кредит 3. Політичний імідж кандидата та політична реклама як засіб психологічного впливу на електорат

Тема 7. Політичний імідж (вимоги, моделі, психотехнології створення)

Методичні вказівки до теми 7. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття політичного іміджу; складові політичного іміджу; вимоги до ефективного політичного іміджу кандидата; типологія іміджів; моделі політичного іміджу; передвиборча легенда; маніпулятивні психологічні технології створення політичного іміджу.

Політичний імідж – це сформований у масовій свідомості і має характер стереотипу емоційно забарвлений образ політичного лідера.

Ядро політичного іміджу: легенда, позиції, установка.

Складові політичного іміджу: просодичні (аудіальні та візуальні), кінестетичні, демографічні, психологічні, соціальні, символічні, політичні.

Основними **вимогами** до розробки політичного іміджу є: відображення рис переможця; відображення рис «батька»; стереотипна багатоплановість іміджу; відкритість; ефективні комунікації; оточення кандидата; раціональна інновація, неординарне рішення.

У науковій літературі існує багато типологій іміджів.

Одну з них запропонував **Р.-Ж. Шварценберг**. Його галерея образів політиків повторює набір класичних театральних амплуа:

- 1) «*Рятівник Батьківщини*». Театральний аналог – герой-переможець;
- 2) «*Батько нації*». Театральний аналог – шляхетний батько;
- 3) «*Чарівний лідер*». Театральний аналог – перший коханець;
- 4) «*Свійський мужик*». Театральний аналог – простак.

Вітчизняні автори визначають в українській політичній практиці трохи інші, ніж на Заході, але ближчі нам типи політичного іміджу, що використовувалися кандидатами в народні депутати. Зокрема, **В. Бебик** пропонує таку їх класифікацію:

- 1) «діловий імідж», який щонайкраще характеризується ідеологією: «ми заробили гроші для себе, заробимо їх і для вас»;

2) «інтелектуальний імідж», що виник на основі твердження: для роботи в парламенті необхідні професіонали;

3) «народний імідж» будувався на класичній популістській основі, на прагненні сформувавши позитивне ставлення до себе як до «свого хлопця»;

4) «політичний імідж» ставка робиться на певні, добре відомі базові цінності основних політичних сил суспільства, а власне імідж створювався на декларуванні прихильності до цих цінностей, а не на основі особистісних характеристик кандидатів;

5) «жіночий імідж» створювався на основі кредо: «Схоже на те, що чоловіки вже нічого не зможуть зробити. Обирайте жінок. Вони зроблять цей світ кращим»;

б) імідж «місцевого жителя» будувався на основі постулату «Я – свій, я тут живу і нікуди не дінуся, тому що в мене тут родичі і родина...».

Психологічні технології, котрі застосовуються для розробки політичних іміджів досить часто носять маніпулятивний характер. Основними такими технологіями є: формування іміджу з опорою на «ідеальний образ» кандидата; формування «подієвого ряду»; використання соціально-психологічних феноменів «контрасту» та «подібності»; використання деяких закономірностей соціальної перцепції; використання вербальних та лінгвістичних прийомів.

Рекомендована література

1. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: [учебное пособие для вузов] / Т.Э. Гринберг. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 316 с.
2. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: [навчально-методичний посібник] / О.М. Лактіонов, Т. Б. Хомуленко. – Харків, 2009. – 94 с.
3. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: [учебное пособие] / А.Ю. Панасюк. – М. : Омега-Л, 2007. – 266 с.

Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте основні типи політичних іміджі.
2. Які політичні іміджі зустрічаються найчастіше у сучасній політиці?
3. Які психотехнології розробки політичного іміджу Ви вважаєте найбільш ефективними, а які найменш ефективними? Чому?

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Підготуйте письмовий аналіз іміджів 2 кандидатів.
4. Розробіть імідж власного кандидата.

Тема 8. Стратегія та тактика виборчої кампанії

Методичні вказівки до теми 8. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття стратегії і тактики виборчої кампанії; складові виборчої стратегії; підходи до формування виборчих кампаній; види стратегій формування команди кандидата; етапи розробки і реалізації стратегії і тактики проведення виборчої кампанії.

Передвиборна (виборча) кампанія – це одна із стадій виборчого процесу, котра припускає офіційну реєстрацію і висунення кандидатів, їх передвиборну боротьбу, спрямовану на ознайомлення виборців з їх платформами і програмами, особистістю. На підставі усього вищевикладеного населення робить вибір.

Стратегія виборчої кампанії – це система координованих дій, які направлені на зміну поведінки виборців та суперників відповідно до цілей кандидата.

Стратегія виборчої кампанії повина відповідати на питання «ЩО треба зробити кандидату задля досягнення поставленої мети?»

Тактика виборчої кампанії – це конкретні способи та прийоми, за допомогою яких досягаються поставлені цілі.

Тактика виборчої кампанії повинна відповідати на питання «ЯК САМЕ повинен діяти кандидат та ЯКІ заходи повинен провести задля перемоги?»

Основними **підходами до формування** виборчих кампаній є: соціально-економічний (об'єднання людей у певні соціальні групи); програмний (перебільшення ролі та значення програми); адміністративний (отримання кандидатом підтримки від адміністративної еліти); професійно-корпоративний (приналежність кандидата до організації чи корпорації, яка може забезпечити кандидатіві голоси осіб, котрі там працюють); образ ідеального кандидата.

Типи стратегій виборчих кампаній:

- Соціально-економічний тип – виборці віддають свої голоси за кандидата, виходячи зі своїх економічних інтересів; рішення важливої суспільної проблеми;
- Політичний тип – захоплення владних позицій у системі політичних відносин; формування політичних коаліцій; доступ до частини виборців, котрі не визначилися зі своїм вибором;
- Іміджевий тип – стратегія ідеального кандидата.

Основними **функціями** стратегії виборчої кампанії є: управлінська, символізуюча, моделююча.

Таблиця 1.

Етапи реалізації виборчої стратегії і тактики

Етапи	Період	Події	Основні напрямки роботи
Попередній	18-6 місяців	Прийняття рішення про участь у виборах	Самовизначення кандидата, налагодження контактів з лідерами думок та авторитетними керівниками, створення організаційної бази кампанії. Попереднє дослідження виборчого округу, початок формування стратегії, тактики і іміджу кандидата.
Підготовчий	6-2 місяці	Офіційне оголошення про участь у виборчій кампанії	Організація команди кандидата. «Зачистка» електорального поля. Формування політичних коаліцій та підтримка місцевої еліти. Просування іміджу кандидата у ЗМІ.
Активної боротьби	2 місяці - день	Реєстрація кандидата та прес-конференції з цього	Початок роботи виборчої «машини»: безпосередня боротьба у ЗМІ за підтримку

	голосування	приводу	електорату. Систематичне дослідження виборчої ситуації, прогнозування результатів голосування.
Заключний	День голосування – день здачі звітності	Прес-конференція за результатами проведення виборів	Контроль за ходом голосування; аналіз результатів кампанії; підготовка та здача до центральної виборчої комісії остаточного варіанту звіту.

Рекомендована література

1. Малишевский Н.Н. Технология и организация выборов: [учебное пособие] / Н.Н. Малишевский. – Мн. : Харвест, 2003. – 256 с.
2. Пірен М.І. Публічна політична діяльність: [навч. посіб.] / М.І. Пірен. – К. : НАДУ, 2009. – 288 с.
3. Шалагинова Л.В. Психология лидерства: [учебное пособие] / Л.В. Шалагинова. – СПб. : Речь, 2007. – 458 с.

Питання для самоконтролю

1. У чому різниця між стратегією і тактикою виборчої кампанії?
2. Охарактеризуйте основні етапи виборчої кампанії.
3. Який із типів стратегії виборчої кампанії є найбільш притаманним для нашого суспільства? Чому?

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Розробіть приблизний план проведення виборчої кампанії відповідно до основних її етапів реалізації.

Тема 9. Формування команди кандидата. Психологічні методи формування команди кандидата

Методичні вказівки до теми 9. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття команди кандидата; психологічна

структура команди кандидата; патронажна й апаратна частини команди, їх функції; структурно-функціональна будова команди політичного кандидата; життєвий цикл команди політичного лідера; неформальні групи підтримки команди політичного кандидата; інформаційне забезпечення роботи правлячої команди.

Для формування ефективної команди кандидата найчастіше використовується соціометричний метод. До складу членів команди кандидата входить значна кількість провідних спеціалістів з різних сфер діяльності, котрі у свою чергу групуються в певні відділи. Основними **відділами** у команді кандидата є: відділ стратегічного планування, інформаційно-аналітичний відділ, агітаційний відділ, фінансовий відділ, юридичний відділ, матеріально-технічний відділ, відділ, що забезпечує роботу «груп підтримки», рекламний відділ, відділ охорони, довірені особи.

Усі члени команди кандидата поділяються на **дві ланки**: керуючу (апаратну) ланку та виконавчу (патронажну) ланку.

Таблиця 2.

Життєвий цикл команди

Стадія	Особливості управління команди
Формування	На цій стадії відбувається знайомство членів команди один з одним і з проектом в цілому, формуються загальні цілі і цінності, визначаються норми і правила взаємодії, ставляться завдання команди і визначаються дороги і принципи їх досягнення.
Спрацьовування	Це період початку спільної роботи, розвитку згуртованості групи, вирішальної колективне завдання. Він характеризується підвищеним рівнем конфліктності, викликаною відмінністю в характерах фахівців, підходах, стилях і методах вирішення проблем. У середині команди йде процес виявлення лідерів, формування неформальних груп, визначаються ролі окремих працівників і їх місце в команді, встановлюється психологічний клімат в колективі, його внутрішня культура, що визначає стиль роботи і управління, образ взаємодії членів команди.
Робоча	Найбільш тривала стадія. Стадія характеризується максимальним розкриттям індивідуальних творчих здібностей, члени команди вчаться розуміти і враховувати потреби і інтереси один одного. Конфлікти і спори в основному виникають з причин, пов'язаних з проектною діяльністю, і носять конструктивний характер. Завданням менеджера проекту на цій стадії є раціональний розподіл функцій між фахівцями і

	<p>відділами; забезпечення відповідності особистих можливостей і здібностей структури і змісту виконуваних робіт; з'єднання в робочих групах і функціональних підрозділах працівників з різними доповнюючими один одного індивідуальними здібностями, знаннями і навиками; підтримка в команді атмосфери довіри і взаємовиручки, єдності в розумінні цілей і завдань проекту і способів їх досягнення; визначення і дозвіл конфліктних ситуацій; створення дієвої системи мотивації; контроль за досягненням проміжних результатів проекту і координування діяльності всіх функціональних відділів; розвиток персоналу і створення зовнішнього і внутрішнього сприятливого іміджу команди проекту.</p>
Реорганізація	<p>Стадія виникає при змінах в кількісному і якісному складах команди у випадках, викликаних змінами: у проекті (завданнях, планах, результатах проекту); змінами структури управління проектом; завершенням окремих стадій проекту; зміною обсягів і видів робіт, учасників проекту; заміною працівників через професійну невідповідність; додатковим залученням нових фахівців; запрошенням тимчасових експертів. На стадії реорганізації завдання менеджера проекту полягає в організації адаптації нових членів команди до стилю і методів взаємин в команді, в становленні їх професійної ролі, визначенні функцій, обов'язків, прав і відповідальності при управлінні проектом.</p>
Розформування	<p>При завершенні окремих стадій і всього проекту розформовуються окремі підрозділи і вся команда проекту. При цьому залежно від прийнятої оргструктури виникають два варіанти подальших дій фахівців команди. При матричній структурі управління працівники після закінчення проекту повертаються в свої функціональні підрозділи організації, тому не переживають почуття занепокоєння і невпевненості, необхідності в пошуку роботи. В разі ефективної діяльності команди по реалізації проекту при виникненні нових проектів ці працівники складають «ядро» нової команди. При проектній структурі управління менеджер проекту стикається з проблемою подальшого працевлаштування працівників, які не мають можливості повернутися на колишнє місце роботи. В цьому випадку, якщо очікується замовлення на новий проект, при успіху діяльності команди менеджер має можливість запросити частину фахівців в команду нового проекту.</p>

Рекомендована література

1. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: [учебное пособие для вузов] / Т.Э. Гринберг. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 316 с.
2. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: [навчально-методичний посібник] / О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. – Харків, 2009. – 94 с.

3. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Ольшанский. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 494 с.

Питання для самоконтролю

1. У чому, на Вашу думку, полягає роль психолога у діяльності команди кандидата?
2. Чи є діяльність сучасних політичних команд в Україні ефективною? Обґрунтуйте свою відповідь.
3. Охарактеризуйте сутність роботи кожного відділу у команді кандидата.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Підготуйте практичні рекомендації з приводу підбору персоналу до команди кандидата. Яким вимогам повинні відповідати претенденти і чому?

Тема 10. Публічні виступи кандидата

Методичні вказівки до теми 10. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття публічного виступу; мета та завдання публічного виступу; форми публічного виступу; етапи публічного виступу; структурні компоненти виступу за Е. Джейн; етапи підготовки і проведення публічного виступу; типи ораторів; вимоги до публічного виступу кандидата; публічні виступи кандидата у ході виборів; публічні дебати та пресконференція як різновиди публічних виступів.

Публічний виступ – це комунікативна взаємодія оратора з аудиторією слухачів. Результат ораторського виступу перед публікою в чому залежить від ефективності підготовки та компетентності оратора в питаннях обговорюваної теми та майстерності публічного виступу.

Суттю публічних виступів кандидата на зустрічах є **ідентифікація**, тобто взаємне визнання кандидатом та виборцями спільності цілей та намірів, способу життя та цінностей.

Найчастіше можна зустріти наступні **види зустрічей кандидата з виборцями**: дебати (за участю суперників), зустрічі за місцем проживання, зустрічі з трудовими колективами, зустрічі на мітингах, «випадкові» зустрічі в неочікуваних місцях (на стадіонах, у магазині, на ринку).

До **принципів ефективного публічного виступу** належать:

- Дотримання тактики «Я – свій».
- Використання фраз: «Я розумію вас та ваші проблеми», «саме я можу їх вирішити».
- Виступи не повинні бути «сухими», надто офіційними, «звітними» перевантаженими цифрами та фактами. Вони повинні відобразити власні погляди кандидата, а не бути переказом його передвиборчої програми.

Е. Джей виділяє такі компоненти в структурі виступу:

- приємні фрази для встановлення контакту; цим можна привернути увагу присутніх;
- розповідь про власний досвід, пов'язаний з предметом презентації;
- з'ясування за допомогою запитань, наскільки аудиторія знайома з предметом презентації;
- пояснення, чому саме цих людей запрошено;
- накреслення ходу проведення презентації і чітке визначення часу, необхідного для цього;
- визначення проблеми;
- з'ясування за допомогою запитань, як аудиторія зрозуміла сказане;
- використання аудіовізуальних та інших допоміжних засобів (таблиць, схем, діаграм);
- формулювання пропозиції присутнім;

- показ того, що саме може втратити кожен із присутніх, якщо не підтримає запропоновану ідею;
- вручення запрошеним підготовлених матеріалів (буклетів, проспектів, схем тощо) та маленьких сувенірів;
- з'ясування того, чи мають присутні якісь запитання і відповіді на запитання;
- подяка присутнім за те, що вони надали можливість представити їм нову ідею, а також сподівання на подальше спілкування і взаємодію.

Технічні вимоги до написання промови:

1. Скелет промови повинен складати 1-1,5 сторінки.
2. Частіше повинні використовуватися дієслова у активній, ніж у пасивній формі. *Ми зробили (✓). Нами було зроблено (×).*
3. Оптимальна кількість слів у реченні 5-10 слів.
4. Промова повинна бути надрукована через 2 інтервала всередині тексту та через 3 – між абзацами.
5. Слова або фрази, ким необхідно надати особого значення повинні бути підкресленими.
6. Поруч із пунктами, де необхідно зробити паузу, необхідно написати слово «пауза».
7. Усі цифри у тексті повинні бути написані прописом (у дужках) для того, щоб виступаючий не рахував нулі.
8. Зліва необхідно залишати широкі поля, для нотаток.

Змістовні вимоги до промови кандидата:

- нова інформація у тексті повинна складатине більше 30% від загальної запропонованої слухачам інформації;
- текст повинен бути структурованим за схемою «проблема – аргумент – рішення»;
- актуальним є окреслення не більше 3 проблем;
- виступ повинен містити лише одну головну думку;

- жахаючі факти, котрі наводяться у виступі, повинні звучати спокійним голосом.

Психологічні закономірності ефективного публічного виступу:

- а) Свій виступ кандидат повинен починати спокійно та не занадто голосно.
- б) Встановлення психологічного контакту з аудиторією (комплімент аудиторії, жарт).
- в) Промова повинна проголошуватися до слухачів, а не в порожнечу. Для цього кандидат повинен обріддекількох людей із залу та фокусувати свій погляд на кожному з них близько 1-2 хвилин, при цьому він повинен посміхатися.
- г) Наведення конкретних доказів на підтримку власної позиції.
- д) Наведення власного варіанту вирішення актуальної проблеми.
- е) Важливою є зміна промови, залежно від ефекту, який вона спричиняє в аудиторії.
- ж) Використання прийомів активізації уваги слухачів.

Пресконференція – це форма публічного вситупу кандидата, яка проводиться з ціллю серъозної офіційної заяви або для скасування чуток.

За часом пресконференція повинна тривати близько 45 хвилин.

Рекомендована література

1. Головатий М.Ф. Політична психологія: [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / М.Ф. Головатий. – [2-ге вид.]. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
2. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: [навчально-методичний посібник] / О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. – Харків, 2009. – 94 с.
3. Морозова И. Слагая слоганы[учебник] / Ирина Морозова. – М. : РИП-холдинг, 2001. – 315 с.
4. Пірен М.І. Публічна політична діяльність: [навч. посіб.] / М.І. Пірен. – К. : НАДУ, 2009. – 288 с.

Питання для самоконтролю

1. Закономірності ефективного публічного виступу.
2. Види публічних виступів.
3. Психологічні закономірності публічного виступу.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Складіть план-конспект публічного виступу кандидата.
4. Розробіть приблизний план проведення пресконференції кандидата (тема за вибором студента).

Тема 11. Політична реклама як засіб розповсюдження політичної інформації

Методичні вказівки до теми 11. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття слогана та політичної реклами; цілі та мета політичної реклами; ідентифікація політичної реклами; види політичної реклами; функції політичної реклами; носії політичної реклами; етапи політичного рекламування; вимоги до ефективної політичної реклами; політична реклама в Інтернеті; види розсилок політичної реклами; маніпулятивні технології в рекламуванні.

Перевиборчий слоган – це короткий лозунг, який є складовою частиною виборчої кампанії та відображує її суть у прямій чи опосередкованій формі.

Вимоги до ефективного слогану: зрозумілість, короткість, легка вомовлюваність.

Політична **реклама може бути**: аудіальною, візуальною, аудіо-візуальною.

До **носіїв зовнішньої політичної реклами** відносяться: пікети, плакати, графіті, листівки, світлові екрани, сувенірна реклама.

Вимоги до ефективної політичної реклами:

- Реклама повинна бути яскравою та привабливою;
- Зображення повинні бути об'ємними та написаними великими літерами, щоб його можна було побачити здалеку;
- Текст повинен бути коротким та зрозумілим. Прохожий або проїжджаючий повз нього громадянин повинен встигнути звернути свою увагу і прочитати текст лише за 5-7 сек.

Листівка – це найефективніший вид політичної реклами.

Технологія «адресної розсилки» – коли виборець отримує від імені кандидата або відомої особи, яка підтримує кандидата листівку у вигляді «іменного листа».

Технологія кампанії «від дверей до дверей» – коли члени команди кандидата намагаються особисто зустрітися з кожним виборцем у нього вдома і вручити листівку.

Переваги політичного рекламування через мережу Інтернет:

1. Інтернет працює 24 години на добу.
2. В Інтернеті інформація про кандидата може змінюватися будь-якої миті, залежно від потреб кандидата.
3. Інтернет дозволяє «долучити» виборців до безпосередньої взаємодії з кандидатом.
4. В Інтернеті можуть бути використані кольорові та звукові ефекти для привернення уваги виборців до кандидата.

Рекомендована література

1. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: [учебное пособие для вузов] / Т.Э. Гринберг. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 316 с.
2. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. – М. : ЮНИТИ, 2008. – 542 с.

3. Зимбардо Ф. Социальное влияние: [учебное пособие] / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.
4. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии: [учебное пособие] / Г.Г. Почепцов – М. : Центр, 2003. – 384 с.

Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте основні види політичної реклами.
2. Які особливості має розповсюдження реклами через Інтернет?
3. Психологічні особливості ефективної політичної реклами.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Підготуйте рекламну кампанію кандидата.

Тема 12. Електоральна поведінка. Соціальна перцепція електорату

Методичні вказівки до теми 12. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття електоральної поведінки; методи дослідження електоральної поведінки; особливості прояву електоральної поведінки на усіх етапах виборів; прогнозування електоральної поведінки; поняття соціальної перцепції; об'єкт соціальної перцепції електорату; функції соціальної перцепції електорату; механізми соціальної перцепції електорату; поняття маніпулятивних технологій.

Електорат – це категорія населення, яка наділена правом волевиявлення.

Кількісні методи дослідження електоральної поведінки: виборча географія, технологія картографії, аналіз агрегированих даних, електоральна статистика, опитування суспільної думки, методика Exit Poll.

Якісні методи дослідження електоральної поведінки: глибинне інтерв'ю, метод фокус груп, метод case-study.

Вивчаючи та прогножуючи прояви електоральної поведінки, слід враховувати статистику активності виборців:

- Активна частина виборців – це «противники режиму».
- Відмова від голосування як вияв нейтрального положення.
- Близько 15% виборців не приймають участі у виборах через об'єктивні причини (хвороба, відрадження).
- Близько 60% виборців голосують (або не голосують взагалі) залежно від свого соціально-економічного становища.
- Незалежно від свого матеріального становища, 7-8% виборців активно приймають у госуванні.
- Близько 15% населення можуть підтримувати режим завдяки агітації ЗМІ.

Рекомендована література

1. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения: [учебное пособие] / Николая Геген. – СПб. : Питер, 2005. – 203 с.
2. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. – М. : ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
3. Зимбардо Ф. Социальное влияние: [учебное пособие] / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.

Питання для самоконтролю

1. Населення якого віку може бути електоратом?
2. Назвіть основні методи дослідження електоральної поведінки.
3. Психологічні особливості електоральної поведінки.
4. Що таке соціальна перцепція електорату?

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.

3. Розробіть приблизний план дослідження електоральної поведінки, використовуючи якісні та кількісні методи дослідження електоральної активності.

Кредит 4. Соціально-психологічні закономірності спілкування та взаємодії людей

Тема 13. Соціальна психологія як наука. Історія розвитку соціальної психології

Методичні вказівки до теми 13. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття, об'єкт, предмет соціальної психології; взаємозв'язок соціальної психології з іншими науками; проблеми та задачі соціальної психології в сучасних умовах розвитку суспільства; методологія наукового дослідження в соціальній психології; історія формування соціально-психологічних ідей.

Соціальна психологія – це наука, яка вивчає закономірності, механізми і факти поведінки, спілкування і діяльності особистості, зумовлені тим, що вона входить в певну соціальну спільноту; також вивчає особливості соціальних груп.

Об'єкт соціальної психології – особистість (особистість у групі, соціумі, суспільстві).

Предмет соціальної психології – закономірності поведінки людини у соціумі, її соціальні зв'язки та взаємодії.

Соціальна психологія як самостійна галузь наукового знання почала формуватися у кінці XIX ст.

Завдання, що вирішуються соціальною психологією як наукою, а також велика різноманітність і складність феноменів, що вивчаються нею, зумовили виникнення і розвиток її конкретних **галузей**.

Етнічна психологія – галузь соціальної психології, яка вивчає психологічні особливості людей як представників різних етнічних спільностей.

Психологія релігії – це галузь соціальної психології, що вивчає психологію людей, залучених до різних релігійних спільностей, а також їх релігійну діяльність.

Політична психологія – галузь соціальної психології, що досліджує різні сторони психологічних явищ і процесів, що відносяться до сфери політичного життя суспільства і політичної діяльності людей.

Психологія управління (організаційна психологія) – галузь соціальної психології, що приділяє головну увагу аналізу проблем, пов'язаних з впливом на групи, суспільство в цілому або окремі його ланки з метою їх впорядкування, збереження якісної специфіки, вдосконалення і розвитку.

Психологія спілкування розкриває своєрідність процесів розвитку відносин і обміну інформацією між людьми і соціальними групами.

Психологія сім'ї (сімейних відносин) ставить перед собою завдання всебічного вивчення специфіки відносин між членами першої ланки людського суспільства.

Соціальна психологія особистості – галузь соціальної психології, що досліджує людину, включену в різні суспільні і міжособистісні відносини.

Психологія мас – галузь соціальної психології, що вивчає особливості поведінки людей у натовпі, в умовах паніки і страху, психологічні особливості функціонування чуток і міфів, масових комунікаційних процесів, реклами і ін.

Психологія конфліктних відносин (конфліктологія) – галузь соціальної психології, що бурхливо розвивається, націлена на доскональне дослідження психологічної специфіки і змісту різних конфліктів і виявлення найбільш ефективних шляхів їх розв'язання.

Рекомендована література

1. Андреева Г.М. Социальная психология: [учебное пособие] / Г.М. Андреева. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1980. – 416 с.

2. Майерс Д. Социальная психология: [учебное пособие. Пер. с англ.: В. Гаврилов, С. Шпак, С. Меленевская, Д. Викторова] / Д. Майерс. – СПб.: Издательство «Питер», 1999. – 688 с.
3. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія: [підручник: У 2 кн. Кн. I: Соціальна психологія особистості і спілкування] / Л.Е. Орбан-Лембрик. – К.: Либідь, 2004. – 576 с.

Питання для самоконтролю

1. Поняття соціальної психології.
2. Концептуальний апарат соціальної психології.
3. Становлення соціальної психології як науки.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. У формі таблиці оформіть основні етапи становлення соціальної психології.

Тема 14. Загальна характеристика соціально-психологічних явищ та процесів. Міжособистісні та суспільні відносини

Методичні вказівки до теми 14. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: види соціально-психологічних явищ та процесів; роль суспільних відносин для розвитку індивідуальної свідомості; соціальна роль; виникнення міжособових відносин в середині системи суспільних відносин; емоційна основа міжособистісних відносин.

До основних соціально-психологічних явищ та процесів належать: спілкування, лідерство, керівництво, група, зараження, навіювання, наслідування, маніпуляція, переконання, конформізм, нонконформізм, колектив, фрустрація, паніка, дієва емоційна групова ідентифікація, ціннісно-організаційна дія, самокритика, соціалізація, ідеалізація, перцепція та ін.

Соціальна роль – це модель, шаблон, формат поведінки індивіда, що займає той чи інший статус.

Міжособистісні відносини – результат безпосередніх контактів між конкретними людьми, які наділені певними характеристиками, здатні висловлювати свої симпатії і антипатії, усвідомлювати і переживати їх. Вони насичені емоціями та почуттями, а також повністю персоніфіковані, оскільки носять суто особистісний характер. Їх специфіка залежить від конкретних людей, між якими вони виникають, наповнюються і визначаються ними. На змістовному рівні психологічні (міжособистісні) відносини – це система установок, орієнтацій, очікувань, стереотипів, через які або за допомогою яких люди сприймають і оцінюють один одного.

У процесі свого життя і діяльності, виробництва і споживання матеріальних благ люди вступають у взаємодію один з одним, в результаті чого виникають і розвиваються **суспільні відносини**. Їх характер і зміст багато в чому обумовлені умовами самого взаємодії, цілями, переслідуваними конкретними людьми, а також місцем і роллю, які вони займають в суспільстві.

Існують певні **суспільні відносини**:

1) за формою прояву вони включає в себе *матеріальні (економічні або виробничі), правові, ідеологічні, політичні, моральні, релігійні, естетичні* та інші відносини;

2) з точки зору приналежності до різних суб'єктів можна говорити про *національних (міжнаціональних), класових і конфесійних* і т.п. відносинах;

3) аналіз функціонування зв'язків між людьми в суспільстві дозволяє виділити *відносини по вертикалі і горизонталі*;

4) за характером регламентованості суспільні відносини діляться на *офіційні і неофіційні*.

Рекомендована література

1. Глазырин В.А. Социология : [учебник для бакалавров] / В.А. Глазырин. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2013. – 400 с.
2. Социальная психология: [учеб. пособие для педагогических институтов] / Под ред. А.В. Петровского. – М.: Просвещение, 1987. – 223 с.
3. Обозов Н.Н. Психология межличностных отношений : [учебник] / Н.Н. Обозов. – Киев : Лыбидь, 1990. – 192 с.
4. Паниотто В.И. Структура межличностных отношений : [Текст] / [Методика и мат. методы исследования / АН УССР. Ин-т философии] / В.И. Паниотто. – Киев : Наук. думка, 1975. – 127 с.

Питання для самоконтролю

1. Поняття соціально-психологічних явищ та процесів.
2. Міжособистісні та суспільні відносини.
3. Поняття соціальної ролі.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Охарактеризуйте основні соціально-психологічні явища з наведенням прикладів.

Тема 15. Місце спілкування в системі відносин людини

Методичні вказівки до теми 15. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття спілкування; місце спілкування в системі відносин людини; бар'єри у спілкуванні; дистанція у спілкуванні; спілкування як обмін інформацією. Спілкування як взаємодія (інтерактивна сторона спілкування); спілкування як сприйняття людьми один одним (перцептивна сторона спілкування); спілкування як взаєморозуміння.

Спілкування – це процес встановлення контакту між людьми, який породжує потребу спільної діяльності та включає в себе обмін інформацією, вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття та розуміння один одного.

Спілкування як обмін інформацією

Комунікація – це зв'язок, у ході якого відбувається обмін інформацією між живими та неживими системами.

У соціальної психології зосереджено числену кількість комунікативних моделей: модель К. Шеннона, модель Т. Ньюкома, модель Ю. Лотмана, модель Ж. Лакана та ін.

Найуживанішою є модель Р. Якобсона. Згідно даної моделі комунікація має пропускну здатність та надмірність. Ці компоненти дозволяють підвищити надійність того, що повідомлення дійде до адресату.



Рис. 1. Схема словесної комунікації за Р. Якобсоном

Види комунікації: вербальна (мовленнєва), невербальна (жести; паралінгвістичні елементи – якість голосу, тембр, паузи, простір та час).

Дистанції у спілкуванні за Е. Коулом:

- Інтимна зона – 15-45 см. – найближчі люди.
- Особистісна (персональна) зона – 45-120 см. – друзі та знайомі.
- Соціальна зона – 120-400 см. – мало знайомі люди.
- Публічна зона – більше 400 см. – для лекцій, концертів.

Рівні спілкування: а) інтимно-особистісний – співчуття, близькість, симпатія (Я-ТИ); б) соціально-рольовий – виконання, очікуваної від особистості соціальної ролі, демонстрація знань; в) діловий – організація спільної діяльності.

Види комунікативних бар'єрів:

1. Соціокультурний
2. Культурний
3. Професійний
4. Особистісно-психологічний
5. Організаційний
6. Технічний

Спілкування як взаємодія (інтерактивна сторона спілкування)

Соціальний зв'язок – це залежність людей, що реалізується через соціальну дію та здійснюється з орієнтацією на інших людей, з очікуванням відповідної відповідальної дії партнера.

Види соціальних зв'язків: швидкоплинний контакт, взаємодія.

Взаємодія – це діяльність індивіда, направлена один на одного.

До основних *теорій спілкування як взаємодії* належать наступні теорії: теорія обміну (Дж. Хоманс и Г. Блау), теорія символічного інтеракціонізму (Дж. Мід), теорія «етнометодологія» (Г. Гарфінкель), психоаналітичні теорії (З. Фрейд), теорії драматургічного підходу (І. Гофман), балансні теорії (Ф. Хайдер, Т. Ньюком), транзакційна теорія (Е. Берн), теорія атракції, теорія конфліктів (Р. Парк, Р. Рекс).

Спілкування як сприйняття людьми один одного; спілкування як взаєморозуміння (перцептивна сторона спілкування)

Взаєморозуміння – це, з одного боку, розуміння цілей, установок, мотивів партнера по взаємодії; а з іншого – не лише розуміння, а й їх прийняття.

Соціальна перцепція – це цілісне сприйняття соціальних об'єктів, під якими зазвичай розуміються інші люди і соціальні групи.

Термін «соціальна перцепція» ввів американський психолог Дж. Брунер у 1947р. для позначення факту соціальної обумовленості сприйняття, його залежності від характеристик суб'єкта сприйняття, його минулого досвіду, мети, намірів, значущості ситуацій сприйняття і т.д.

Л.С. Виготський виокремив наступні механізми взаєморозуміння у процесі спілкування: ідентифікація, емпатія, рефлексія.

Б.Д. Баригін зауважує, що взаєморозуміння може бути оціночною категорією. Взаєморозуміння він визначає як вид розуміння, коли воно має взаємний характер.

Казуальна атрибуція – це прагнення людей знайти пояснення тому, що відбувається з ними і навколо них.

Передбачається, що існує два основних види каузальної атрибуції: інтервальна (внутрішня) і екстернальна (зовнішня). Інтернальна каузальна атрибуція – це приписування причин поведінки власним психологічним властивостями і особливостям людини, а екстернальна каузальна атрибуція – приписування причин поведінки людини зовнішнім, не залежних від неї обставини.

Один з варіантів теорії каузальної атрибуції був запропонований американським вченим Ф. Філером. У ній стверджується, що сприйняття однією людиною поведінки інших людей значною мірою залежить від того, яким чином ця людина вбачає причини поведінки сприймаються ним людей.

Відомий фахівець з теорії та феноменології каузальної атрибуції, Г. Келлі, виділяє три основні чинники, які впливають на вибір людиною способу внутрішнього або зовнішнього пояснення того, що відбувається. До них належать: сталість поведінки, його залежність від ситуації і схожість поведінки даної людини з поведінкою інших людей.

Рекомендована література

1. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком: [монография] / А.А. Бодалев. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 200 с.
2. Петровский А.В., Ярошевский М.Г. Основы теоретической психологии: [учебник] / А.В. Петровский, М.Г. Ярошевский. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 528 с.

3. Психология и этика делового общения: [учебное пособие] / под ред. В.Н. Лавриненко. – 5-е изд., пер. и доп. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 415 с.
4. Социальная психология : [учебник для бакалавров] / Р.С. Немов, И. Р. Алтунина. – М. : Издательство Юрайт, 2014 – 427 с.

Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте категорію спілкування у соціальній психології.
2. У чому полягає відмінність між спілкуванням та комунікацією?
3. Проаналізуйте бар'єри у спілкуванні.
4. Розкрийте поняття соціальної перцепції
5. Що мається на увазі під поняттям казуальної атрибуції?

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Підготуйте практичні рекомендації з приводу подолання бар'єрів у спілкуванні та встановленні позитивної взаємодії.
4. Напишіть есе на тему «Що є важивішим «чути» або «слухати»?
5. Підібрати комплекс психодіагностичних методик з визначення рівня міжособистих відносин в групі.

Тема 16. Механізми психологічного впливу і соціального контролю

Методичні вказівки до теми 16. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття психологічного впливу і соціального контролю; способи психологічного впливу: зараження, наслідування, навіювання, переконання; психотропний вплив; нейролінгвістичне програмування; засоби масової комунікації; чутки; міфи.

Психологічний вплив – це дія на психічний стан, почуття, думки і вчинки інших людей за допомогою психологічних засобів: вербальних, паралінгвістичних, невербальних.

Соціальний контроль – це система соціальної регуляції поведінки людей і підтримки громадського порядку.

Виділяють дві основні форми соціального контролю: *внутрішній* і *зовнішній контроль*. *Внутрішній контроль* передбачає регулювання самим індивідом своєї поведінки. Фактором внутрішнього контролю виступає совість. *Зовнішній контроль* являє собою сукупність інститутів, що гарантують дотримання загальноприйнятих норм і правил поведінки.

До *психологічних видів впливу* належать: наслідування, зараження, навіювання, переконання.

Психотронний вплив (парапсихологічний, екстрасенсорний) – це вплив, що може здійснюватися за допомогою передачі енергії мислення через позачуттєве сприйняття і яке охоплює опосередковане свідомістю і процесами сприйняття дистантної взаємодії між живими організмами й навколишнім середовищем.

Нейролінгвістичне програмування (НЛП) – це вид психологічного впливу, що змінює мотивацію людей за допомогою штучного внесення до їх свідомості спеціальних лінгвістичних програм, що ініціюють їх певне мислення, сприйняття та поведінку.

Чутки – це специфічний вид міжособистісної комунікації в умовах дефіциту інформації про значимому об'єкті, у процесі якої сюжет, відображає і деякою мірою реальні або вигадані події, стає надбанням великої дифузної групи.

Рекомендована література

1. Коноваленко М.Ю. Деловые коммуникации: [учебник и практикум для академического бакалаврата] / М.Ю. Коноваленко – М. : Юрайт, 2015. – 476 с.
2. Кухарчук Д.В. Социология : [краткий курс лекций] / Д.В. Кухарчук. – М. : Юрайт, 2011. – 192 с.

3. Платонов Ю.П. Социальная психология поведения : [учебное пособие для вузов по направлению и специальностям психологии] / Ю.П. Платонов. – Спб. : Питер, 2006. – 464 с.

Питання для самоконтролю

1. Особливості психологічного впливу та соціального контролю.
2. Види психологічного впливу та соціального контролю.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Підготуйте практичні рекомендації людині, щодо протистояння психологічному впливу та соціальному контролю.

Кредит 5. Соціальна психологія груп. Проблема особистості в соціальній психології

Тема 17. Психологія малих груп

Методичні вказівки до теми 17. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: проблема малої групи в соціальній психології; класифікація малих груп; основні психологічні характеристики структури малої групи.

Мала група – це нечисленна за складом група, учасники якої об'єднанні спільною соціальною діяльністю і знаходяться у безпосередньому спілкуванні, що є основою для виникнення емоційних відносин, групових норм і групових процесів.

Класифікації малих груп

1. Первинні і вторинні (Ч. Кулі).
2. Формальні і неформальні (Е. Мейо).
3. Групи членства і референтні групи (Г. Хаймен).

Кількісні характеристики малої групи: мінімальна кількість учасників – 3, а максимальна – 40 осіб. Ідеальною, за кількісним складом, вважається група, де кількість її учасників відповідає правилу $7(+/-) 2$ особи.

Структура групи – це сукупність зв'язків, що складаються в групі між окремими індивідами або мікрогрупам як елементами цієї групи.

Формальна структура групи – це сукупність зв'язків і відносин між членами групи, яка визначається формальними приписами.

Неформальна структура групи – це реально складається в організації структура міжособистісних зв'язків, комунікацій і впливу.

Соціометрична структура групи – це сукупність зв'язків між її членами, які характеризуються взаємними уподобаннями і знедоленим, виявлена за результатами соціометричного тесту Дж. Морено. В основі соціометричної структури групи лежать емоційні відносини симпатії і антипатії.

Для визначення соціометричної структури групи необхідно провести аналіз соціометричного статусу членів групи. Існують наступні **соціометричні статуси** особистості у групі: соціометричні зірки, бажані, прийняті, неприйняті, знехтувані, аутсайдери.

Комунікативна структура групи – це сукупність зв'язків між її членами, які характеризуються процесами прийому і передачі циркулюючої в групі інформації. Основні характеристики комунікативної структури: статус, який займають члени групи в системі комунікацій; частота і стійкість комунікативних зв'язків у групі; тип комунікативних зв'язків між членами групи.

Структура соціальної влади і впливу в малій групі – це сукупність зв'язків між її членами, які характеризуються спрямованістю і інтенсивністю їх взаємного впливу один на одного. Основні характеристики структури соціальної влади і впливу – системи зв'язків, що лежать в основі керівництва групою і неформального впливу, вираженого феноменом лідерства.

Рекомендована література

1. Журавлев А.Л. Социальная психология: [учебное пособие] / отв. ред. А.Л Журавлев. – М.: ПЕР СЭ, 2002. – 351с.
2. Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М. Социальная психология малой группы: [учебное пособие для вузов] / Р.Л. Киричевский, Е.М. Дубровская. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 318 с.
3. Морено Дж.Л. Социометрия: [текст]. Экспериментальный метод и наука об обществе. Подход к новой политической ориентации / Пер. с англ. В.М. Корзинкина. Редакция перевода и предисловие М.Ш. Бахитова. – М.: Изд-во иностр. лит., 1958. – 289 с.
4. Психология: [учебник для педагогических вузов] / Под ред. Б.А. Сосновского. – М.: Высшее образование, 2008. – 660 с.

Питання для самоконтролю

1. Надайте характеристику малій групи.
2. Класифікуйте малі групи.
3. Особливості функціонування малій групи.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Підготуйте розгорнуту характеристику основних видів малих груп із наведенням прикладів.

Тема 18. Динаміка малих груп

Методичні вказівки до теми 18. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття динаміки групи; характеристика динамічних процесів у малій групі; механізми формування малих груп; зарубіжні та вітчизняні підходи дослідження малих груп; принцип діяльнісного опосередкування групової активності; психологія колективу; стадії і рівні розвитку колективу.

У соціальній психології термін «**групова динаміка**» має кілька значень:

- Напрямок дослідження малих груп у соціальній психології, присвячених проблемам формування і розвитку малих груп;

- Вид лабораторного експерименту, спеціально призначений для вивчення групових процесів;

- Набір методик, які можна використовувати при вивченні малих груп (рольові ігри, групи зустрічей, групова терапія, тренінг сенситивності і подібні методики у своїй сукупності);

- Сукупність динамічних процесів, які одночасно відбуваються у групі в якусь одиницю часу і які означають рух групи від стадії до стадії, тобто її розвиток.

Термін «групова динаміка» ввів К. Левін у _____ році.

Групова динаміка – це сукупність внутрішньогрупових соціально-психологічних процесів і явищ, що характеризують весь цикл життєдіяльності малої групи і його етапи: утворення, функціонування, розвиток, стагнація, регрес, розпад.

Залежно від характеру спільної діяльності, ступеня внутрішньої єдності при її виконанні в соціальній психології виділяють рівні розвитку групи:

1. **Асоціація.** Люди об'єднані спільною метою, але не всі в рівній мірі приймають її, діяльність групи здійснюється, хоча дії її членів роз'єднані. Група постійно потребує втручання керівника.

2. **Кооперація.** Більш виражено єдність дій членів групи, існують спільні погляди на основні її цінності, прагнення до них. Група володіє реально і успішно функціонуючої організованою структурою.

3. **Колектив.** Характерна риса колективу – згуртованість. Групові норми і цінності реалізуються в практичних діях при виконанні спільної діяльності. Ділові стосунки максимально злагоджені, чіткі, забезпечують взаємодію всіх членів групи.

4. Корпорація. Група характеризується організаційною згуртованістю, чіткою взаємодією, але замкнута, відірвана від інших груп, її діяльність спрямована на досягнення вузькогрупової мети. У корпораціях немає узгодженості цілі з цілями і завданнями суспільства. Групові цілі можуть бути навіть антисоціальними (наприклад, у релігійних сектах).

Хвороби колективу:

- втрата або вичерпаність цілей;
- надлишок між колективних зв'язків;
- перенасичення інформацією.

Рекомендована література

1. Ефимова Н.С. Социальная психология : [учебник для СПО] / Н.С. Ефимова, А.В. Литвинова. – М. : Издательство Юрайт, 2017 – 442 с.
2. Обозов Н.Н. Психология межличностных отношений : [учебник] / Н.Н. Обозов. – Киев : Лыбидь, 1990. – 192 с.
3. Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп : [учебное пособие] – М. Изд-во Института Психотерапии. 2002 – 362 с.

Питання для самоконтролю

1. Що означає термін «групова динаміка»?
2. Які етапи має група на шляху свого розвитку?
3. Які рівні розвитку групи існують?

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Підготуйте практичні рекомендації з оптимізації розвитку групи та уникнення хвороб колективу.

Тема 19. Лідерство та керівництво

Методичні вказівки до теми 19. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття лідерства та керівництва; співвідношення лідерства та керівництва; теорії лідерства; стилі лідерства, типологія лідерства; проблема лідерства і керівництва у сучасних умовах розвитку суспільства.

Лідер – це той, хто веде; перший, що йде попереду.

Керівник – це суб'єкт управління.

Лідерство – це один із процесів організації і управління малою групою, котрий сприяє досягненню групових цілей в оптимальні строки та оптимізує ці цілі.

Керівництво – це цілеспрямований вплив осіб, наділених функціями й компетенцією керівників, на колективи, тобто взаємодія керівників і виконавців.

Порівнюючи лідера і керівника (відповідно керівництво і лідерство), Б.Д. Паригін вказує на наступні відмінності між ними.

1. Лідер в основному здійснює регуляцію неофіційних відносин у групі, в той час як керівник управляє головним чином офіційними відносинами.

2. Лідерство – це явище, характерне для системи міжособистісних (психологічних) відносин, у той час як керівництво – феномен, властивий системі соціальних (громадських) відносин.

3. Лідерство виникає стихійно, а керівництво – організовано.

4. Для появи або зміни лідерства не існує яких-небудь офіційно прийнятих процедур, в той час як для появи і зміни керівництва такі процедури існують.

5. Явище лідерства менш стабільно і більш динамічно, ніж явище керівництва. Лідер може з'являтися і змінюватися у групі часто, в той час як керівник з'являється і змінюється набагато рідше.

6. Керівник, впливаючи на групу та її членів, користується системою офіційно закріплених за ним прав і відповідних санкцій, у той час як лідер ні правами, ні офіційними санкціями не розташовує.

7. Процес прийняття рішень керівником набагато більш складний у процедурному відношенні, ніж процес прийняття рішень лідером.

8. Сфера проявів лідерства і діяльності лідера – це в основному мала група, в той час як область проявів діяльності керівника виходить за межі малої групи.

Теорії виникнення лідерства: теорія рис лідерства (Є. Богардус); теорія лідерства як функції групи (Р. Хоманс, Д. Керч); теорія лідерства як функції ситуації (Р. Бейлс, А. Хейр, Т. Ньюком); ймовірнісна теорія ефективності лідера (Ф. Фідлер); вітчизняна теорія лідерства (Л. Виготський).

Стилі лідерства: авторитарний, демократичний, попустительський.

Рекомендована література

1. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения: [учебное пособие] / Николая Геген. – СПб. : Питер, 2005. – 203 с.
2. Майерс Д. Социальная психология: [учебник] / Пер. С англ. В. Гаврилов, С. Шпак, С. Меленевская, Д. Викторова – СПб.: Издательство «Питер», 1999. – 688с.
3. Крысько В.Г. Социальная психология: [курс лекций] / В.Г. Крысько. – 3-е изд. – М.: Омега-Л, 2006. – 352 с.

Питання для самоконтролю

1. У чому полягає відмінність між лідерством та керівництвом?
2. Охарактеризуйте змістовну та формальну сторону лідерства.
3. Який стиль лідерства є найуспішнішим? Чому?

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.

3. Підготуйте практичні рекомендації людині, яка прагне стати ефективним лідером або керівником.

Тема 20. Психологія великих соціальних груп

Методичні вказівки до теми 20. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: поняття великих соціальних груп; психологія класів, соціальних верств; психологічні особливості етнічних груп; психологія націй; поняття національного характеру та національної свідомості; поняття «етнічного стереотипу».

Велика соціальна група – це спільнота людей, що відрізняється від малої наявністю слабких постійних контактів між усіма їхніми представниками, але має такий же суттєвий історичний вплив на суспільне життя.

Соціальна стратифікація – це поділ суспільства на вертикально розташовані соціальні групи і верстви (страти), які мають різний престиж, власність, владу, освіту тощо.

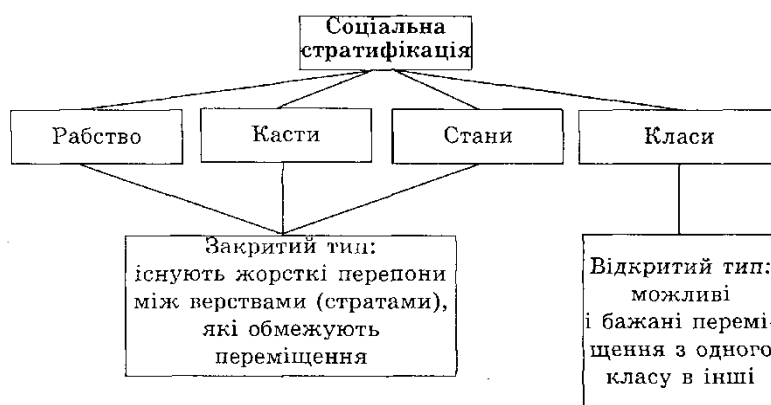


Рис. 2. Історичні типи соціальної стратифікації

Клас – це угруповання людей на основі нерівного становища щодо основних соціальних ресурсів, які визначають їхні життєві шанси, соціальні претензії та соціальні можливості спільно діяти.

Нація – це історична спільність людей, що складається у процесі формування спільності території, економічних зв'язків, мови, етнічних особливостей культури та характеру.

Національний характер – це сукупність найбільш стійких для даної національної спільноти особливостей емоційно-чуттєвого сприйняття навколишнього світу і форм реакцій на нього.

Національна свідомість – це сукупність соціальних, економічних, політичних, моральних, етичних, філософських, релігійних поглядів, норм поведінки, звичаїв і традицій, ціннісних орієнтацій та ідеалів, в яких виявляються особливості життєдіяльності націй та етносів.

Етнос – це група людей, яка історично склалася на певній території і характеризується спільністю мови, культури, побуту, звичаїв, традицій, способу життя та особливостями психічного складу.

Етностереотип – це узагальнений, емоційно-насичений образ етнічної групи або її представників, який створено історичною практикою міжетнічних стосунків.

Рекомендована література

1. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения: [учебное пособие] / Николя Геген. – СПб. : Питер, 2005. – 203 с.
2. Деркач А.А. Политическая психология : [учебник для бакалавров] / А.А. Деркач, Л.Г. Лаптев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2017. – 591 с.
3. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс : [монография] / перевод Емельянова Т. – М.: Центр психологии и психотерапии. 1996. – 478 с.

Питання для самоконтролю

1. Надайте характеристику великої соціальної групи.
2. У чому відмінність між нацією та етносом?
3. Психологічні особливості національної свідомості.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.

3. Користуючись монографією С. Московичи «Век толп», розкрити взаємозв'язок масової та суспільної психології.
4. Віднайдіть по 3 етнічних стереотипів різних національностей.

Тема 21. Соціальна психологія особистості та суспільних систем

Методичні вказівки до теми 21. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: особистість і суспільство; поняття соціалізації; механізми та інститути соціалізації; поняття соціальної установки; структура соціальної установки; функції соціальної установки; проблема зміни соціальних установок; поняття соціальної системи; типи соціальних систем.

Особистість – це конкретний людський індивід з індивідуально виявленими своєрідними розумовими, емоційними, вольовими та фізичними властивостями.

Суспільство – це сукупність історично сформованих способів взаємодії і форм об'єднання, у яких знаходить вираження їх всебічна залежність один від одного.

Соціалізація – це процес засвоєння індивідом правил поведінки, норм і цінностей суспільства, включення особистості в систему суспільних відносин, що вибудовуються на основі зазначених цінностей, у результаті якого відбувається освоєння людиною соціального досвіду, що дозволяє йому демонструвати через поведінку активна ціннісно-диференційоване ставлення до фактів і подій навколишнього світу, ефективно вирішувати актуальні для успішного функціонування в суспільстві завдання і долати виникаючі проблеми.

Механізми соціалізації: засвоєння культури, наслідування, ідентифікація, керівництво.

Інститути соціалізації: сім'я, компанія друзів, може бути колектив однокласників, чи однокласників, ЗМІ, виробництво, культура, економіка, право тощо.

Соціальна установка – це готовність реагувати певним чином на ситуацію, яка склалася.

Умови формування соціальних установок: об'єкт повинен усвідомлювати цінність установки; авторитет особи, яка надає установку; надання соціальної установки вперше.

Д.Н. Узнадзе ввів у психологію принцип ієрархії, розглянувши два рівні психічної активності: рівень установки і рівень об'єктивації.

Дослідники М. Сміт, Д. Брунер і Р. Уайт виявили наступні **функції**, які виконує соціальна установка: 1) функція оцінки об'єкта; 2) функція соціального пристосування; 3) екстерналізація (функція втілення).

Під **соціальною системою** розуміється цілісне утворення, що складається з функціонально взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів (індивідів, груп, організацій, інститутів, спільнот).

Виділяють переважно наступні основні підсистеми суспільства: економічну, політичну, соціальну та духовну (соціокультурну).

Рекомендована література

1. Глазырин В.А. Социология : [учебник для бакалавров] / В.А. Глазырин. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2013. – 400 с.
2. Ефимова Н.С. Социальная психология : [учебник для СПО] / Н.С. Ефимова, А.В. Литвинова. – М. : Издательство Юрайт, 2017 – 442 с.
3. Кухарчук Д.В. Социология : [краткий курс лекций] / Д.В. Кухарчук. – М. : Юрайт, 2011. – 192 с.
4. Социальная педагогика : [учебник для бакалавров] / под ред. В.И. Загвязинского, О.А. Селивановой. – М. : Юрайт, 2012. – 405 с.

Питання для самоконтролю

1. Розкрийте поняття соціальної системи та соціальної установки.
2. Функції соціальних установок.
3. Особливості соціалізації особистості.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Користуючись психологічними словниками, провести порівняльний аналіз поняття «особистість» у загальній та соціальній психології.

Тема 22. Прикладні аспекти соціальної психології

Методичні вказівки до теми 22. При вивченні даної теми слід звернути свою увагу на наступні питання: інструментарій практичного соціального психолога; використання здобутків соціальної психології у роботі малих груп; дослідження соціально-психологічних характеристик особистості; семантичний диференціал; діагностика емоційного інтелекту; метод соціометрії.

Досліджуючи соціально-психологічні характеристики особистості, досить часто використовується **тест Лірі**. Дана методика розроблена у 1954 році та призначена для дослідження уявлень суб'єкта про себе та ідеальне «Я», а також для вивчення взаємозв'язків у малих групах. За допомогою даної методики виявляється переважаючий тип ставлення до людей у самооцінці та взаємооцінці.

Семантичний диференціал є модифікованою процедурою суб'єктивного шкалювання. Процедури, аналогічні використанню семантичного диференціалу, в літературі часто називаються процедурами багатовимірного шкалювання (кожна шкала – вимір, багато оціночних шкал (простір), багато вимірів (як ступенів свободи), багатовимірне представлення результатів). При використанні семантичного диференціалу та інших процедур багатовимірного шкалювання передбачається, що всі оцінки за шкалами є незалежними один від одного, проте доказів цього припущення поки немає. Якщо кожен оціночний шкалу розглядати як вимір простору

оцінки значення, то семантичний диференціал задає багатовимірний простір оцінювання значення, яке називається *семантичним простором*.

Досліджуючи взаємовідносини у групі, за допомогою семантичного диференціалу, ми можемо встановити **4 типи взаємовідносин**: відношення до людей, відношення до справи, відношення до сете, відношення до речей.

Методика діагностики емоційного інтелекту була запропонована Н. Холмом для виявлення здатності розуміти відношення особистості, які репрезентуються в емоціях, і керувати емоційною сферою на основі прийняття рішення. Вона складається з 30 тверджень і містить 5 шкал:

- 1) емоційна обізнаність;
- 2) управління своїми емоціями емоційна відхідливість, емоційна неригідність);
- 3) самомотивація довільне управління своїми емоціями, окрім п. 14);
- 4) емпатія;
- 5) розпізнавання емоцій інших людей (вміння впливати на емоційний стан інших людей).

Метод соціометрії був розроблений у 30-х роках ХХ ст. Дж. Морено. Головною метою даного методу є вимір ступеня згуртованості та розгуртованості групи; вияв авторитету всередині групи за позиціями симпатії та антипатії; знаходження внутрішньо групових підсистем.

Соціометрія буває: параметричною (обмежена кількість виборів) та непараметричною (необмежена кількість виборів).

Процедура обробки отриманих результатів за методом соціометрії передбачає три етапи: 1) побудова соціоматриці; 2) побудова соціограми; 3) визначення соціометричного індексу.

Також, за допомогою методу соціометрії можна визначити соціометричний статус особистості у групі.

Соціометричний статус – це властивість особистості, як елемента соціометричної структури займати певну просторову позицію у групі, тобто певним чином співвідноситися з іншими елементами.

Аутосоціометричні методи – це способи дослідження взаємовідносин, у яких у якості об'єкта дослідження виступають уявлення індивідів про стосунки членів групи один з одним.

Ретроспективна аутосоціометрія – це спосіб заповнення аутоматриці, шляхом прогнозування виборів інших членів колективу за будь-яким критерієм, тим самим він прогнозує і ті вибори, які будуть надані йому самому. Даний спосіб є досить складним для учасників групи. Він найчастіше проводиться з учбовими цілями або для розвитку власної рефлексії. Учасники можуть отримати зворотній зв'язок від дослідника та дізнатися наскільки точно вони передбачили переваги та відхилення у групі.

Контент-аналіз – це метод вивчення текстової або графічної інформації, котрий полягає у певеденні досліджуваної інформації у кількісні показники та її статистичну обробку. Даний метод характеризується швидкістю проведення.

Рекомендована література

1. Морено Я.Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе : [текст] / Пер. с англ. А. Боковикова, под научной редакцией Золотовицкого Романа Александровича – Москва: Академический Проект, 2001. – 320 с.
2. Практикум по общей, экспериментальной и прикладной психологии : [Учебное пособие] / Под ред. Крылова А.А., Маничева С.А. 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2003. – 560 с.
3. Серкин В.П. Психосемантика : [учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры] / В.П. Серкин. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 318 с.

Питання для самоконтролю

1. Психологічні особливості дослідження соціально-психологічних характеристик особистості.
2. Психологічні особливості дослідження емоційного інтелекту.
3. Психологічні особливості методу соціометрії.
4. Психологічні особливості контент-аналізу.

Практичні завдання та контроль знань

1. Опрацюйте джерела з основної та допоміжної літератури з навчальної теми.
2. Складіть план-конспект підготовки до семінарського заняття.
3. Провести соціометричне дослідження лідерської структури групи за місцем професійної діяльності, скласти соціоматрицю і таблицю розподілу соціальних ролей в групі. Визначити взаємні вибори в групі.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА ТА МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ЇХ ВИКОНАННЯ

Індивідуальне навчально-дослідне завдання – це вид позааудиторної самостійної роботи студента навчального, яке використовується у процесі вивчення програмного матеріалу навчальної дисципліни і разом із складанням поточного чи підсумкового контролю з навчальної дисципліни.

Види індивідуальних завдань для самостійної роботи студентів:

1. Написання есе.
2. Письмовий аналіз наукової літератури з дисципліни «Соціальна та політична психологія».
3. Написання і захист наукового реферату з визначеної проблеми.
4. Підготовка матеріалів власних досліджень до участі в науковій конференції.
5. Підготовка публікації в наукових виданнях.

Однією із форм індивідуальної творчої роботи є написання есе. **Есе** – це прозаїчний твір невеликого обсягу та вільної композиції, який виражає індивідуальні враження й міркування з конкретного приводу чи питання, не претендує на визначальне чи вичерпне трактування предмета. Як правило, есе пропонує новий, суб'єктивно забарвлений погляд на проблему.

Написання студентом есе (не більше одного-двох з навчальної дисципліни) має сприяти виявленню його наукового, творчого підходу розуміння найважливіших питань теми, запропонованої викладачем або обраної самостійно за погодженням з ним. Кожне есе, що відповідає вимогам до написання наукових робіт, надає можливість отримати позитивну оцінку.

Більш поширеною формою індивідуальної творчої роботи є написання та захист **реферату**.

Робота над рефератом складається із наступних етапів: – вибір теми на основі тематики, затвердженої кафедрою; – накопичення інформаційного матеріалу; – підготовка та написання реферату; – захист реферату.

Реферат повинен мати наступну структуру: – план; – короткий вступ; – виклад основного змісту теми; – висновки; – список використаної літератури.

Вимоги до оформлення есе та реферату: текст есе та реферату повинен бути набраний на комп'ютері з одного боку аркушу формату А4, шрифт Times New Roman, розмір 14, поля: верхнє та нижнє – 20 мм, ліве – 30 мм, праве – 10 мм, 1,5 інтервал. Кожний розділ плану розпочинається з нової сторінки. Сторінки повинні бути пронумеровані у правому верхньому куті. Обсяг реферату 12-15 сторінок.

У кінці реферату наводиться список використаної літератури (10-15 джерел), розташованої в алфавітному порядку за прізвищем автора, з наведенням назви праці (статті), видавництва, року видання та загальної кількості сторінок по кожному літературному джерелу. Оформлення списку використаної літератури повинно відповідати встановленим вимогам (ВАК).

ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ТЕМ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ

Теми для написання есе та рефератів:

1. «Зв'язок сучасної політичної психології з галузями психології».
2. «Особливості сучасного стану вітчизняної політичної психології».
3. «Новітні методи досліджень політичної психології».
4. «Особливості прояву політики як психологічного феномену».
5. «Моя політична соціалізація».
6. «Роль освіти у процесі моєї політичної соціалізації».
7. «Політична соціалізація особистості без агентів та інститутів політичної соціалізації (міф чи реальність)».
8. «Що є важивішим «чути» або «слухати»?».

МЕТОДИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Методи контролю

Методи контролю: поточний контроль, самостійна робота студентів та підсумковий контроль.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять; має на меті перевірку рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи. Види поточного контролю: усне та письмове опитування, тестування, самоконтроль, складання схем, таблиць, опорних конспектів, виконання контрольних робіт у письмовій формі.

Самостійна робота студентів передбачає виконання студентом індивідуальних завдань та обов'язкових видів самостійної роботи.

Підсумковий контроль здійснюється з метою оцінки результатів навчання студента. Вид підсумкового контролю: екзамен.

*Якщо протягом семестру студент не з'являється на заняття (незалежно від причин), або не має жодної модульної оцінки, то у графі модульних оцінок виставляється «0», а у графі іспиту — відмітка про **недопуск**. У цьому випадку підсумкова оцінка з дисципліни також дорівнює нулю, тобто «Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни» (за шкалою ECTS).*

За результатами семестру студент отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується за кожен з трьох модулів у семестрі та оцінки за екзамен.

Критерії оцінювання роботи студентів:

- **оцінка «відмінно»** — студент повною мірою розкриває питання, винесені для самостійного опрацювання, вільно оперує поняттями і науковою термінологією, демонструє глибокі знання джерел, має власну думку щодо відповідної теми і здатний аргументовано її пояснювати;

- **оцінка «добре»** — загалом рівень знань студента відповідає щойно викладеному, але він припускається певних помилок при розв'язанні завдань, обґрунтування неточні, не наводяться обґрунтовані приклади;

- **оцінка «задовільно»** — студент розкриває питання у загальних рисах, розуміє їх сутність, намагається робити висновки, але при цьому припускається грубих помилок, матеріал викладає нелогічно, непослідовно;

- **оцінка «незадовільно»** — студент не може відповісти на поставлені запитання або відповідає неправильно, не розуміє сутності питань, не може зробити висновки.

ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ІСПИТУ З ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІАЛЬНА ТА ПОЛІТИЧНА ПСИХОЛОГІЯ»

1. Поняття політичної психології.
2. Об'єкт та предмет політичної психології.
3. Методи досліджень у політичній психології.
4. Історія розвитку політичної психології.
5. Психологічні феномени у політиці.
6. Політична психологія і ідеологія.
7. Потреби політичних лідерів.
8. Політичні ролі.
9. Політична соціалізація особистості.
10. Політична поведінка особистості.
11. Я-концепція політичного лідера.
12. Політична участь.
13. Політичне лідерство.
14. Поняття натовпу. Види натовпу.
15. Стереотипи як знаряддя політичної боротьби.
16. Політична культура. Типи та функції політичної культури.
17. Психологічні особливості поведінки натовпу.
18. Чутки як знаряддя політичної боротьби.
19. Формування та склад натовпу.
20. Політична ідентичність. Види політичної ідентичності.
21. Психологічні особливості поведінки індивіда у натовпі.
22. Політична свідомість та самосвідомість.
23. Психологія влади. Функції та типи влади.
24. Вимоги до ефективного політичного іміджу.
25. Моделі політичного іміджу.
26. Психотехнології розробки політичного іміджу.
27. Стратегія та тактика виборчої кампанії.
28. Формування команди кандидата.

29. Психологічні методи формування команди кандидата.
30. Методи дослідження електоральної поведінки.
31. Публічні виступи кандидата.
32. Політична реклама як засіб розповсюдження політичної інформації.
33. Специфіка соціальної перцепції електорату.
34. Маніпулятивні технології у виборчій кампанії.
35. Поняття соціальної психології.
36. Об'єкт та предмет соціальної психології.
37. Взаємозв'язок соціальної психології з іншими науками.
38. Проблеми та задачі соціальної психології в сучасних умовах розвитку суспільства.
39. Методологія наукового дослідження в соціальній психології.
40. Історія формування соціально-психологічних ідей.
41. Період експериментального розвитку соціальної психології у ХХ столітті.
42. Визначна роль суспільних відносин для розвитку індивідуальної свідомості.
43. Соціальна роль як необхідний вид соціальної діяльності.
44. Міжособові відносини в середині системи суспільних відносин як форма їх прояву.
45. Емоційна основа міжособистісних відносин.
46. Місце спілкування в системі відносин людини.
47. Структура і функції спілкування.
48. Спілкування як обмін інформацією.
49. Спікування як взаємодія (інтерактивна сторона спілкування).
50. Спікування як сприйняття людьми один одним (перцептивна сторона спілкування).
51. Спікування як взаєморозуміння.
52. Проблема групи в соціальній психології.
53. Мала соціальна група.

54. Класифікація малих соціальних груп.
55. Динаміка малих груп.
56. Лідерство та керівництво.
57. Великі соціальні групи.
58. Психологія класів, соціальних верств.
59. Стійкі соціальні групи в системі суспільних відносин.
60. Особистість і суспільство.
61. Поняття соціалізації.
62. Механізми та інститути соціалізації.
63. Поняття «соціальної установки».
64. Структура соціальної установки.
65. Функції соціальної установки.
66. Психологічні особливості етнічних груп.
67. Психологія націй.
68. Національний характер. Національна свідомість.
69. Інструментарій практичного соціального психолога.
70. Використання здобутків соціальної психології в роботі малих груп.

ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

Аутосоціометричні методи – це способи дослідження взаємовідносин, у яких в якості об'єкта дослідження виступають уявлення індивідів про стосунки членів групи один з одним.

Велика соціальна група – це спільнота людей, що відрізняється від малої наявністю слабких постійних контактів між усіма їхніми представниками, але має такий же суттєвий історичний вплив на суспільне життя.

Групова динаміка – це сукупність внутрішньогрупових соціально-психологічних процесів і явищ, що характеризують весь цикл життєдіяльності малої групи і його етапи: утворення, функціонування, розвиток, стагнація, регрес, розпад.

Забобони – це невиправдано негативні установки по відношенню до певних об'єктів.

Електорат – це категорія населення, яка наділена правом волевиявлення.

Етнос – це група людей, яка історично склалася на певній території і характеризується спільністю мови, культури, побуту, звичаїв, традицій, способу життя та особливостями психічного складу.

Етностереотип – це узагальнений, емоційно-насичений образ етнічної групи або її представників, який створено історичною практикою міжетнічних стосунків.

Ефект ореола – загальне оцінне враження про людину в залежності від її соціального статусу в умовах дефіциту інформації про неї, домінування першого враження про особистість при наступній взаємодії з нею.

Керівництво – це цілеспрямований вплив осіб, наділених функціями й компетенцією керівників, на колективи, тобто взаємодія керівників і виконавців.

Клас – це угруповання людей на основі нерівного становища щодо основних соціальних ресурсів, які визначають їхні життєві шанси, соціальні претензії та соціальні можливості спільно діяти.

Комунікація – це зв'язок, у ході якого відбувається обмін інформацією між живими та неживими системами.

Контент-аналіз – це метод вивчення текстової або графічної інформації, котрий полягає у переведенні досліджуваної інформації у кількісні показники та її статистичну обробку.

Лідерство – це один із процесів організації і управління малою групою, котрий сприяє досягненню групових цілей в оптимальні строки та оптимізує ці цілі.

Мала соціальна група – це нечисленна за складом група, учасники якої об'єднанні спільною соціальною діяльністю і знаходяться у безпосередньому спілкуванні, що є основою для виникнення емоційних відносин, групових норм і групових процесів.

Міжособистісні відносини – результат безпосередніх контактів між конкретними людьми, які наділені певними характеристиками, здатні висловлювати свої симпатії і антипатії, усвідомлювати і переживати їх.

Моральність – правила поведінки, які визначають ставлення людей до суспільства, до інших людей.

Навіювання (сугестія) – психологічний вплив однієї людини на іншу, що має на меті актуалізацію або зміну певних установок, ціннісних орієнтацій чи вчинків людини, яка виступає об'єктом навіювання.

Намір – вольовий процес, який характеризується готовністю діяти у певному напрямі.

Натовп – це багато чисельне скупчення людей, що знаходяться у безпосередніх контактах один із одним, і в стані підвищеного емоційного збудження, що характеризується початковим стихійним своїм утворенням і відсутністю загальної для усіх усвідомленої мети.

Національна свідомість – це сукупність соціальних, економічних, політичних, моральних, етичних, філософських, релігійних поглядів, норм поведінки, звичаїв і традицій, ціннісних орієнтацій та ідеалів, у яких виявляються особливості життєдіяльності націй та етносів.

Національний характер – це сукупність найбільш стійких для даної національної спільноти особливостей емоційно-чуттєвого сприйняття навколишнього світу і форм реакцій на нього.

Нація – це історична спільність людей, що складається у процесі формування спільності території, економічних зв'язків, мови, етнічних особливостей культури та характеру.

Нейролінгвістичне програмування (НЛП) – це вид психологічного впливу, що змінює мотивацію людей за допомогою штучного внесення до їх свідомості спеціальних лінгвістичних програм, що ініціюють їх певне мислення, сприйняття та поведінку.

Особистість – це конкретна людина, представник певного суспільства, колективу, який відрізняється індивідуальними біологічними та психологічними властивостями і займається якоюсь діяльністю.

Передвиборна (виборча) кампанія – це одна із стадій виборчого процесу, котра припускає офіційну реєстрацію і висунення кандидатів, їх передвиборну боротьбу, спрямовану на ознайомлення виборців з їх платформами і програмами, особистістю.

Перевиборчий слоган – це короткий лозунг, який є складовою частиною виборчої кампанії та відображує її суть у прямій чи опосередкованій формі.

Політика – це «мистецтво управління» державою, спільнотою, міждержавними відносинами – сфера діяльності, пов'язана з відносинами між соціальними групами, суттю якої є визначення форм, завдань, змісту діяльності держави.

Політична психологія – це галузь психології, яка вивчає психологічні компоненти (настрої, думки, почуття, ціннісні орієнтації тощо) політичної

життєдіяльності суспільства, що формуються і виявляються на рівні політичної свідомості на цій, класів, соціальних груп, урядів, індивідів і реалізуються в їхніх конкретних політичних діях.

Політична соціалізація – це своєрідний вступ людини в соціально-політичне середовище, залучення його до системи функціонують політичних орієнтації, традицій, навичок, передача і засвоєння їм існуючих політичних відносин, процесів, явищ, включення в систему політичних зв'язків за допомогою розвитку його соціальної і перш всього суспільно-політичної активності.

Політичний імідж – це сформований у масовій свідомості і має характер стереотипу емоційно забарвлений образ політичного лідера.

Психологічний вплив – це дія на психічний стан, почуття, думки і вчинки інших людей за допомогою психологічних засобів: вербальних, паралінгвістичних, невербальних.

Психотронний вплив (парапсихологічний, екстрасенсорний) – це вплив, що може здійснюватися за допомогою передачі енергії мислення через позачуттєве сприйняття і яке охоплює опосередковане свідомістю і процесами сприйняття дистантної взаємодії між живими організмами й навколишнім середовищем.

Пресконференція – це форма публічного вситупу кандидата, яка проводиться з ціллю серйозної офіційної заяви або для скасування чуток.

Публічний виступ – це комунікативна взаємодія оратора з аудиторією слухачів.

Ретроспективна аутосоціометрія – це спосіб заповнення аутоматриці, шляхом прогнозування виборів інших членів колективу за будь-яким критерієм, тим самим він прогнозує і ті вибори, які будуть надані йому самому.

Соціалізація – це процес засвоєння індивідом правил поведінки, норм і цінностей суспільства, включення особистості в систему суспільних відносин, що вибудовуються на основі зазначених цінностей, у результаті

якого відбувається освоєння людиною соціального досвіду, що дозволяє йому демонструвати через поведінку активне ціннісно-диференційоване ставлення до фактів і подій навколишнього світу, ефективно вирішувати актуальні для успішного функціонування у суспільстві завдання і долати виникаючі проблеми.

Соціальна перцепція – це цілісне сприйняття соціальних об'єктів, під якими зазвичай маються інші люди і соціальні групи.

Соціальна психологія – це наука, яка вивчає закономірності, механізми і факти поведінки, спілкування і діяльності особистості, зумовлені тим, що вона входить у певну соціальну спільноту; також вивчає особливості соціальних груп.

Соціальна роль – це модель, шаблон, формат поведінки індивіда, що займає той чи інший статус.

Соціальна стратифікація – це поділ суспільства на вертикально розташовані соціальні групи і верстви (страти), які мають різний престиж, власність, владу, освіту тощо.

Соціальна установка – це готовність реагувати певним чином на ситуацію, яка склалася.

Соціальний контроль – це система соціальної регуляції поведінки людей і підтримки громадського порядку.

Суспільні відносини – це різновид соціальних зв'язків.

Соціометрія – це галузь соціальної психології та соціології, яка вивчає міжособистісні стосунки у малих групах з акцентом на симпатії та антипатії всередині групи.

Соціометричний статус – це властивість особистості, як елемента соціометричної структури займати певну просторову позицію у групі, тобто певним чином співвідноситися з іншими елементами.

Спілкування – це процес встановлення контакту між людьми, який породжує потребу спільної діяльності та включає в себе обмін інформацією, вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття та розуміння один одного.

Стереотип – це образ соціального, політичного чи іншого явища, що володіє емоційністю, спрощеністю, символічністю.

Стратегія виборчої кампанії – це система координованих дій, які направлені на зміну поведінки виборців та суперників відповідно до цілей кандидата.

Суспільство – це сукупність історично сформованих способів взаємодії і форм об'єднання, в яких знаходить вираження їх всебічна залежність один від одного.

Тактика виборчої кампанії – це конкретні способи та прийоми, за допомогою яких досягаються поставлені цілі.

Чутки – це форма спотвореної інформації про значимий об'єкт, циркулюючої у великих групах в умовах невизначеності і соціально-психологічної нестабільності.

Я-концепція — це динамічна система уявлень людини про себе, яка включає усвідомлення своїх фізичних, інтелектуальних та інших особливостей; самооцінку та суб'єктивне сприймання зовнішніх чинників, які впливають на особистість.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алтунян А.Г. Анализ политических текстов. Курс лекций: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям и специальностям «Политология», «Журналистика», «Связи с общественностью», «Юриспруденция»] / А.Г. Алтунян. – М. : Логос, 2006. – 383 с.
2. Андреев А.Л. Политическая психология / А.Л. Андреев. – М. : Весь мир, 2002. – 237 с.
3. Андреева Г.М. Социальная психология: [учебное пособие] / Г.М. Андреева. – М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1980. – 416 с.
4. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком: [монография] / А.А. Бодалев. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 200 с.
5. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения / Николая Геген. –СПб. : Питер, 2005. – 203 с.
6. Глазырин В.А. Социология : [учебник для бакалавров] / В.А. Глазырин. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2013. – 400 с.
7. Головатий М.Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / М.Ф. Головатий. – [2-ге вид.]. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
8. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: [учебное пособие для вузов] / Т.Э. Гринберг. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 316 с.
9. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. – М. : ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
10. Деркач А.А. Политическая психология : [учебник для бакалавров] / А.А. Деркач, Л.Г. Лаптев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2017. – 591 с.

11. Ефимова Н.С. Социальная психология : [учебник для СПО] / Н.С. Ефимова, А.В. Литвинова. – М. : Издательство Юрайт, 2017 – 442 с.
12. Журавлев А.Л. Социальная психология: [учебное пособие] / отв. ред. А.Л Журавлев. – М.: ПЕР СЭ, 2002. – 351с.
13. Зимбардо Ф. Социальное влияние /Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.
14. Кальба Я. Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. – Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка.
15. Коноваленко М.Ю. Деловые коммуникации: [учебник и практикум для академического бакалаврата] / М.Ю. Коноваленко – М. : Юрайт, 2015. – 476 с.
16. Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М. Социальная психология малой группы: [учебное пособие для вузов] / Р.Л. Киричевский, Е.М. Дубровская. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 318 с.
17. Крысько В. Г. Социальная психология: [курс лекций] / В. Г. Крысько. – 3-е изд. – М.: Омега-Л, 2006. – 352 с.
18. Кухарчук Д.В. Социология : [краткий курс лекций] / Д.В. Кухарчук. – М. : Юрайт, 2011. – 192 с.
19. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: навчально-методичний посібник / О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. – Харків, 2009. – 94 с.
20. Майерс Д. Социальная психология: [учебное пособие. Пер. с англ.: В. Гаврилов, С. Шпак, С. Меленевская, Д. Викторова] / Д. Майерс. – СПб.: Издательство «Питер», 1999. – 688 с.
21. Малишевский Н.Н. Технология и организация выборов / Н.Н. Малишевский. – Мн. : Харвест, 2003. – 256 с.
22. Морено Дж.Л. Социометрия: [текст]. Экспериментальный метод и наука об обществе. Подход к новой политической ориентации / Пер. с

- англ. В.М. Корзинкина. Редакция перевода и предисловие М.Ш. Бахитова. – М.: Изд-во иностр. лит., 1958. – 289 с.
23. Морено Я.Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе : [текст] / Пер. с англ. А. Боковой, под научной редакцией Золотовицкого Романа Александровича – Москва: Академический Проект, 2001. – 320 с.
24. Морозова И. Слагая слоганы / Ирина Морозова. – М. :РИП-холдинг, 2001. – 315 с.
25. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс : [монография] / перевод Емельянова Т. – М.: Центр психологии и психотерапии. 1996. – 478 с.
26. Обозов Н.Н. Психология межличностных отношений : [учебник] / Н.Н. Обозов. – Киев : Лыбидь, 1990. – 192 с.
27. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Ольшанский. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 494 с.
28. Ольшанский Д.В. Психология современной российской политики. Хрестоматия по политической психологии / Д.В. Ольшанский. – М.: Академический Проект, 2001. – 648 с.
29. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія: [підручник: У 2 кн. Кн. I: Соціальна психологія особистості і спілкування] / Л.Е. Орбан-Лембрик.– К.: Либідь, 2004. – 576 с.
30. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа / А.Ю. Панасюк. – М. : Омега-Л, 2007. – 266 с.
31. Паниотто В.И. Структура межличностных отношений : [Текст] / [Методика и мат. методы исследования / АН УССР. Ин-т философии] / В.И. Паниотто. – Киев : Наук. думка, 1975. – 127 с.
32. Петровский А.В., Ярошевский М.Г. Основы теоретической психологии: [учебник] / А.В. Петровский, М.Г. Ярошевский. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 528 с.

33. Пірен М.І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М.І. Пірен. – К. : НАДУ, 2009. – 288 с.
34. Пирогов А.И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А.И. Пирогов., Московский открытый социальный университет. – М. : Академ.Проект, 2005. – 362 с.
35. Платонов Ю.П. Социальная психология поведения : [учебное пособие для вузов по направлению и специальностям психологии] / Ю.П. Платонов. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с.
36. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии / Г.Г. Почепцов – М. : Центр, 2003. – 384 с.
37. Практикум по общей, экспериментальной и прикладной психологии : [Учебное пособие] / Под ред. Крылова А.А., Маничева С.А. 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2003. – 560 с.
38. Психология: [учебник для педагогических вузов] / Под ред. Б.А. Сосновского. – М.: Высшее образование, 2008. – 660 с.
39. Психология и этика делового общения: [учебное пособие] / под ред. В.Н. Лавриненко. – 5-е изд., пер. и доп. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 415 с.
40. Психология социальных ситуаций / [под ред. Н.В. Гришиной]. – СПб. : Питер, 2001. – 416 с.
41. Серкин В.П. Психосемантика : [учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры] / В.П. Серкин. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 318с.
42. Ситников А.П. Политический консалтинг / А.П. Ситников, И.В. Огарь, Н.С. Бахвалова. – М. : Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 624 с.
43. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. – Національний торговельно-економічний університет.
44. Социальная педагогика : [учебник для бакалавров] / под ред. В.И. Загвязинского, О.А. Селивановой. – М. : Юрайт, 2012 – 405 с.

45. Социальная психология : [учебник для бакалавров] / Р.С. Немов, И.Р. Алтунина. – М. : Издательство Юрайт, 2014 – 427 с.
46. Социальная психология: [учеб. пособие для педагогических институтов] / Под ред. А.В. Петровского. – М.: Просвещение, 1987. – 223 с.
47. Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп : [учебное пособие] – М. Изд-во Института Психотерапии. 2002 – 362с.
48. Шалагинова Л.В. Психология лидерства: [учебное пособие] / Л.В. Шалагинова. – СПб. : Речь, 2007. – 458 с.
49. Шейнов В.П. Психология лидерства и власти / В.П. Шейнов. – М.: Ось-89, 2008. – 604 с.
50. Щербинина Н.Г. Теории политического лидерства: [учебное пособие] / Н.Г. Щербинина. – М. : Весь мир, 2004. – 181 с.
51. Шестопал Е.Б. Политическая психология. Хрестоматия / Е.Б. Шестопал. – М. : Аспект-Пресс, 2007. – 432 с.