

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.О. СУХОМЛИНСЬКОГО**

Кафедра психології

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

СОЦІАЛЬНА ТА ПОЛІТИЧНА ПСИХОЛОГІЯ

Для напряму/спеціальності 0.53 «Психологія»

Автори:
Викладач
Руда Наталя Леонідівна

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол від «27» серпня 2019 року № 1

Миколаїв 2019

Навчально-методичний комплект включає:

1. Титульну сторінку
2. Зміст
3. Витяги з ОКХ, ОПП спеціальності
4. Навчальну програму дисципліни
5. Робочу програму дисципліни
6. Програми навчальної, технологічної та професійної практик
7. Засоби діагностики початкових досягнень студентів
8. Навчальні – наочні посібники, технічні засоби навчання тощо
9. Конспект лекцій з дисципліни
10. Комплекс контрольних робіт (ККР) для визначення залишкових знань з дисципліни, завдань для змістовно-модульних контрольних робіт
11. Інструктивно-методичні матеріали до семінарських, практичних і лабораторних занять
12. Завдання на курсові та дипломні проекти
13. Контрольні завдання до семінарських, практичних і лабораторних занять, завдання для заліків.
14. Питання до екзаменаційних білетів, екзаменаційні білети
15. Методичні рекомендації та розробки викладача
16. Методичні матеріали, що забезпечують самостійну роботу студентів
17. Методичні матеріали щодо виконання контрольних робіт для заочної форми навчання.
18. Інші матеріали.

Розділ 4 . Навчальна програма

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. О. СУХОМЛИНСЬКОГО
Факультет педагогіки та психології
Кафедра психології

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор із науково-педагогічної
роботи _____ О.А. Кузнецова
27 серпня 2019 р.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ **СОЦІАЛЬНА ТА ПОЛІТИЧНА ПСИХОЛОГІЯ**

Ступінь бакалавра
Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки
спеціальність 053 «Психологія»
освітня програма Психологія

Миколаїв 2019

Програму розроблено та внесено: Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Руда Наталя Леонідівна, доцент кафедри психології, кандидат психологічних наук, доцент.

Програму схвалено на засіданні кафедри психології
Протокол № 1 від «27» серпня 2019 року

Завідувач кафедри психології _____ (Савенкова І. І.)

Програму погоджено навчально-методичною комісією факультету педагогіки та психології

Протокол № 1 від « 27 » серпня 2019 року
Голова навчально-методичної комісії _____ (Чугуєва І.Є)

Програму погоджено навчально-методичною комісією університету

Протокол від «27» серпня 2019 року
Голова навчально-методичної комісії університету _____ (Кузнецова О.А.)

ВСТУП

Програма вивчення варіативної навчальної дисципліни «Соціальна та політична психологія» складена Рудою Н.Л. відповідно до освітньо-професійної програми підготовки ступеня бакалавр спеціальності 053 Психологія, освітня програма Психологія.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є: особливості поведінки особистості у політичній ситуації.

Міждисциплінарні зв'язки: загальна психологія, вікова психологія, конфліктологія.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою впровадження курсу є: ознайомлення студентів з основними положеннями цієї навчальної дисципліни, зокрема з її понятійним апаратом, методологією, найбільш загальними відомостями; підготовка студентів до науково обґрунтованого вирішення цілого комплексу актуальних проблем, які покликана вирішувати практична психологія різних політичних інститутах суспільства; надання студентам уявлення про соціальну психологію як фундаментальну галузь сучасної психології; її основні поняття, проблеми, що розглядаються, принципи та структуру; історію та сучасні напрямки розвитку, а також методологію та методи дослідження.

1.2. Завдання курсу:

1. Оволодіння та подальше вільне оперування професійною термінологією, використовуваною в даній сфері практичної діяльності.
2. Вивчення теоретичних аспектів та теоретичних моделей психологічних явищ та процесів, що впливають на політичну свідомість і політичну самосвідомість людини.
3. Вивчення взаємозв'язку політичних процесів та людського несвідомого.
4. Вивчення психологічних явищ та процесів, що викликають та супроводжують політичні кампанії.
5. Формування уявлень про політичні технології
6. Формування у студентів навичок аналізу змісту та складових впливу політичних кампаній.
7. Проведення аналізу проблем спілкування у внутрішньо- та міжгрупових стосунках і у сумісній діяльності людей, знаходячи їх причини та застосовуючи засоби їх розв'язання;
8. Застосовання методів вивчення спілкування та групової структури;
9. Застосовання методів впливу на особистість через колектив та здійснення методів впливу на колектив через окремих особистостей.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студент оволодіває такими компетентностями:

I. Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері психології, що передбачають застосування основних психологічних теорій та методів та характеризуються комплексністю і невизначеністю умов (у контексті соціальної взаємодії).

II. Загальні компетентності

- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

- Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- Навички міжособистісної взаємодії.
- Здатність працювати в команді.
- Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
- Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності

- Здатність оперувати категоріально-понятійним апаратом психології.
- Здатність до ретроспективного аналізу вітчизняного та зарубіжного досвіду розуміння природи виникнення, функціонування та розвитку психічних явищ.
- Здатність до розуміння природи поведінки, діяльності та вчинків.
- Здатність самостійно збирати та критично опрацьовувати, аналізувати та узагальнювати психологічну інформацію з різних джерел.
- Здатність дотримуватися норм професійної етики.
- Здатність до особистісного та професійного самовдосконалення, навчання та саморозвитку.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 120 годин / 4 кредити ECTS.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

КРЕДИТ 1. Вступ до Соціальної психології. Комунікативна сторона спілкування.

1 Соціальна психологія як галузь психологічної науки

Соціальна психологія як наука. Зв'язок СП з психологією і соціологією. Визначення СП. Структура СП. Об'єкт і предмет СП. Соціально-психологічні феномени. Галузі СП. Етнічна психологія Психологія релігії Політична психологія. Психологія управління. Психологія соціальної дії. Психологія спілкування. Психологія сім'ї. Соціальна психологія особистості. Психологія мас. Конфліктологія. Зв'язок СП з іншими науками.

2 Комунікативні аспекти спілкування

Спілкування як комунікація. Процес комунікації. Специфічні особливості комунікації. Структура комунікації. Види зворотного зв'язку. Комунікативні стилі. Десять основних комунікативних стилів. Бар'єри комунікації. Комунікативний бар'єр. Бар'єр розуміння. Бар'єри соціально-культурної відмінності. Бар'єри відношення.

3 Мова в міжособистісному спілкуванні

Мовна комунікація. Поняття язык і мова. Комунікативний ланцюг. Мова і взаєморозуміння. Характеристики мовного вислову. Денотація і коннотація. Полісемія. Синонімія. Спостереження і оцінки. Статичність вислові. Особливості мови в соціально орієнтованому спілкуванні. Правила мовної комунікації. Мовні стратегії і тактики. Принципи і норми вербальної комунікації в спілкуванні. Особливості повсякденної комунікації.

Персональність адресації. Спонтанність і невимушеність. Ситуативність. Функції мови в міжособистісному спілкуванні: емотивна функція і конативна функція.

4 Ефективне слухання

Цілі і чинники ефективного слухання. Ціль «слухати, щоб зрозуміти». Ціль «краще запам'ятати інформацію». Ціль «аналіз і оцінка змісту». Стили слухання. Слухання нерелексії. Слухання релексії. Емпатичне слухання. Помилки слухання. Причини неуважного слухання. Напрями подолання комунікативних бар'єрів слухання

5 Невербальні засоби спілкування

Невербальний канал комунікації. Поняття невербальної комунікації. Формула А. Мейрабяна. Функції невербального каналу комунікації: доповнення, спростування, заміщення, регулювання. Класифікації невербальних засобів спілкування. Кинестичні засоби спілкування. Міміка як засіб спілкування. Поза як засіб спілкування. Жести як засіб спілкування. Хода як засіб спілкування. Просодика і екстралінгвістика як різновиди спілкування. Такесичний і проксемичний засоби спілкування.

Кредит 2. Інтерактивна та перцептивна сторони спілкування

6 Спілкування як інтеракція

Інтерактивна сторона спілкування. Міжособова взаємодія. Міжгрупова взаємодія. Динаміка взаємодії людей. Початок взаємодії. Розвиток взаємодії. Вищий рівень взаємодії. Особливості міжособових відносин. Види взаємостосунків.

7 Поняття соціальної перцепції

Сутність і основні характеристики соціальної перцепції. Особливості формування образів при міжособовому сприйнятті. Ефект новизни. Ефект первинності. Ефект ореола. Механізми міжособового сприйняття. Процес стереотипізації. Поняття емпатії.

8 Атрибуція як механізм соціального сприйняття

Поняття атрибуції. Схеми причинності. Помилки атрибуції. Помилка відповідності. Помилка «діяч – спостерігач». Помилка самовиправдання. Чинники, що впливають на точність міжособового сприйняття.

9 Атракція як механізм соціальної перцепції

Поняття «аттракції». Її зовнішні чинники. Ступінь вияву потреби в аффіліації. Емоційний стан. Просторова близькість. Внутрішні чинники атракції. Фізична привабливість. Стиль спілкування. Схожість. Взаємодоповнення. Підтримка.

КРЕДИТ 3. Психологія великих і малих груп

10 Поняття малої групи

Визначення «малої групи». Ознаки малої групи. Класифікація малих груп. Формальні групи. Неформальні групи. Слаборозвинені групи. Високорозвинуті групи. Референтні

(еталонні) групи. Нерезферентні групи (групи членства). Відкриті групи. Закриті групи. Компоненти малої групи. Взаємостосунки в малій групі. Групові прагнення. Групова думка. Групові настрої. Традиції. Психологічна структура малої групи. Композиційна підструктура малої групи. Підструктура міжособових переваг в малій групі. Комунікативна підструктура малої групи. Підструктура функціональних відносин в малій групі. Статусний розподіл в малій групі. Елементи підструктури функціональних відносин.

11 Характеристика соціально-психологічних процесів в малій групі

Рівні розвитку групи. Колектив. Корпорація. Автономія. Кооперація. Асоціація. Номінальна група. Конгломерат. Підготовленість групи до спільної діяльності. Соціально-психологічний клімат. Ознаки сприятливого соціально-психологічного клімату. Групова згуртованість. Етапи об'єднання групи. Сумісність членів групи. Груповий тиск. Функції групового тиску. Конформізм і груповий тиск.

12 Психологія натовпу

Поняття натовпу. Основні ознаки натовпу. Види натовпів. Випадкові і конвенціональні натовпи. Експресивний натовп. Екстатичний натовп. Агресивний натовп. Панічний натовп. Особливості поведінки натовпу. Ролева структура агресивного натовпу. Психологічні особливості поведінки людини в натовпі.

13 Масові явища у великих групах

Психологія чуток. Закономірності виникнення і розповсюдження чуток. Загальна стратегія профілактики чуток. Психологія паніки. Найважливіші характеристики паніки. Психологічні особливості поведінки людей в умовах паніки.

КРЕДИТ 4. Політична поведінка особистості

14 Політична психологія як наука. 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.

15 Я-концепція і мотивація політичного лідера. Потреба влади як компенсаторна реакція. Образ «Я» політика. Самооцінка політичних лідерів.

16. Мотивація політичної поведінки. Психологічні концепції потреби у владі. Потреба політичного лідера в досягненні. Потреба політичного лідера в афіліації і контролі. Мотиви політичної участі.

17 Психотехнології розробки політичного іміджу. 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.

18 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.

3. Рекомендована література

Базова

1. Козирев М. П. К59 Політична психологія: навч. посібник / М. П. Козирев. – Львів: ЛьвДУВС, 2018. – 648 с.
2. Власова О.І. [Соціальна психологія організацій і управління : підручник для студ. гуманітарних фак-тів ун-тів / О.І. Власова, В.І. Кушерець, Ю.В. Никоненко.](#) – 2017. – 396 С.

Допоміжна

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. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения / Николая Геген. –СПб. : Питер, 2005. – 203 с.
4. Гринберг Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама: [учебное пособие для вузов] / Т. Э. Гринберг. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 316 с.
5. Гуревич П. С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П. С. Гуревич. – М. : ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
6. Зимбардо Ф. Социальное влияние /Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.
7. Малишевский Н. Н. Технология и организация выборов / Н. Н. Малишевский. – Мн. : Харвест, 2003. – 256 с.
8. Морозова И. Слагая слоганы / Ирина Морозова. – М. :РИП-холдинг, 2001. – 315 с.
9. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д. В. Ольшанский. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 494 с.
10. Ольшанский Д. В. Психология современной российской политики. Хрестоматия по политической психологии / Д. В. Ольшанский. – М. ; Екатеринбург : Академический Проект : Деловая книга, 2001. – 648 с.
11. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа / А. Ю. Панасюк. – М. : Омега-Л, 2007. – 266 с.
12. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А. И. Пирогов., Московский открытый социальный университет. – М. : Академ.Проект, 2005. – 362 с.
13. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии / Г. Г. Почепцов – М. : Центр, 2003. – 384 с.
14. Психология социальных ситуаций / [под ред. Н. В. Гришиной]. – СПб. : Питер, 2001. – 416 с.

15. Ситников А. П. Политический консалтинг / А. П. Ситников, И. В. Огарь, Н. С. Бахвалова. – М. : Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 624 с.
16. Шалагинова Л. В. Психология лидерства: [учебное пособие] / Л. В. Шалагинова. – СПб. : Речь, 2007. – 458 с.
17. Шейнов В. П. Психология лидерства и власти / В. П. Шейнов. – М. : Ось-89, 2008. – 604 с.
18. Щербинина Н. Г. Теории политического лидерства: [учебное пособие] / Н. Г. Щербинина. – М. : Весь мир, 2004. – 181 с.
19. Шестопап Е. Б. Политическая психология. Хрестоматия / Е. Б. Шестопап. – М. : Аспект-Пресс, 2007. – 432 с.

12. Інформаційні ресурси

<https://cyberleninka.ru> ;
http://gpb22.narod.ru/Kud_ship/ch42_11.htm
www.studentam.net;
www.gumer.info;
www.flogiston.ru;
www.psylib.myword.ru.

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання: залік.

5. Засоби діагностики успішності навчання: контрольна робота, поточне опитування, тестування, ІНДЗ, проект.

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

Факультет педагогіки та психології

Кафедра психології

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор із науково-педагогічної роботи

_____ О.А. Кузнецова

27 серпня 2019 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
СОЦІАЛЬНА ТА ПОЛІТИЧНА ПСИХОЛОГІЯ

Ступінь бакалавра

Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

спеціальність 053 «Психологія»

освітня програма Психологія

2019-2020 навчальний рік

Розробник: Руда Наталя Леонідівна, доцент кафедри психології.

_____ Н.Л. Руда

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри психології

Протокол № 1 від «27» серпня 2019 р.

Завідувач кафедри _____ (Савенкова І. І.)

«27» серпня 2019 р.

1. Опис навчальної дисципліни
Денна форма навчання

Найменування показників	Галузь знань, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки	Нормативна
	Спеціальність: 053 Психологія.	
	Індивідуальне науково-дослідне завдання – Студентам пропонується створити програму презентації сучасної політичної партії (або політика): психологічні аспекти (на прикладі вітчизняних або зарубіжних політичних діячів - за власним вибором). План програми презентації додається.	Психологія
2-й		
Семестр		
3-й		
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента - 4	Освітній ступінь бакалавра	Лекції
		10
		Практичні, семінарські
		30 год.
		Лабораторні
		-
		Самостійна робота
80 год.		
		Вид контролю: залік

Мова навчання: українська

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить: для денної форми навчання – 120 год.: 40год. – аудиторні заняття, 80 год. – самостійна робота;

Заочна форма навчання

Найменування показників	Галузь знань, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки	Нормативна	
	Спеціальність: 053 Психологія.		
	Індивідуальне науково-дослідне завдання – Студентам пропонується створити програму презентації сучасної політичної партії (або політика): психологічні аспекти (на прикладі вітчизняних або зарубіжних політичних діячів - за власним вибором). План програми презентації додається.	Психологія	Рік підготовки: 2-й
Семестр			
3-й			4-й
Загальна кількість годин - 120		Лекції 10 год	
		Практичні, семінарські 10 год	
	Освітній ступінь бакалавра	Лабораторні -	
		Самостійна робота 100	
		Вид контролю: залік	

Мова навчання: українська.

Примітка. Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить: для заочної форми навчання – 120 год.: 20 год. – аудиторні заняття, 100 год. – самостійна робота;

2. Мета, завдання навчальної дисципліни та очікувані результати навчання

Мета курсу: ознайомлення студентів з основними положеннями цієї навчальної дисципліни, зокрема з її понятійним апаратом, методологією, найбільш загальними відомостями; підготовка студентів до науково обґрунтованого вирішення цілого комплексу актуальних проблем, які покликана вирішувати практична психологія як в освітніх, так і в інших установах суспільства; дати студентам уявлення про соціальну психологію як фундаментальну галузь сучасної психології; її основні поняття, проблеми, що розглядаються, принципи та структуру; історію та сучасні напрямки розвитку, а також методологію та методи дослідження.

Завдання курсу:

10. Оволодіння та подальше вільне оперування професійною термінологією, використовуваною в даній сфері практичної діяльності.
11. Вивчення теоретичних аспектів та теоретичних моделей психологічних явищ та процесів, що впливають на політичну свідомість і політичну самосвідомість людини.
12. Вивчення взаємозв'язку політичних процесів та людського несвідомого.
13. Вивчення психологічних явищ та процесів, що викликають та супроводжують політичні кампанії.
14. Формування уявлень про політичні технології
15. Формування у студентів навичок аналізу змісту та складових впливу політичних кампаній.
16. Проведення аналізу проблем спілкування у внутрішньо- та міжгрупових стосунках і у сумісній діяльності людей, знаходячи їх причини та застосовуючи засоби їх розв'язання;
17. Застосування методів вивчення спілкування та групової структури;
18. Застосування методів впливу на особистість через колектив та здійснення методів впливу на колектив через окремих особистостей.

Передумови для навчання дисципліни: загальна психологія, вікова психологія, конфліктологія.

Навчальна дисципліна складається з 4-х кредитів.

Очікувані результати навчання:

- 1) володіння сучасними технологіями діагностики і організації наукового дослідження в діяльності психолога;
- 2) Здатність організувати та здійснювати психологічну службу.

Згідно з вимогами ОПП студент оволодіває такими *компетентностями*:

Загальнопредметні:

- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- Навички міжособистісної взаємодії.
- Здатність працювати в команді.
- Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
- Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку

предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

Фахові:

- Здатність оперувати категоріально-понятійним апаратом психології.
- Здатність до ретроспективного аналізу вітчизняного та зарубіжного досвіду розуміння природи виникнення, функціонування та розвитку психічних явищ.
- Здатність до розуміння природи поведінки, діяльності та вчинків.
- Здатність самостійно збирати та критично опрацьовувати, аналізувати та узагальнювати психологічну інформацію з різних джерел.
- Здатність дотримуватися норм професійної етики.
- Здатність до особистісного та професійного самовдосконалення, навчання та саморозвитку.

3. Програма навчальної дисципліни

КРЕДИТ 1. Вступ до Соціальної психології. Комунікативна сторона спілкування.

Тема 1. Соціальна психологія як галузь психологічної науки

Соціальна психологія як наука. Зв'язок СП з психологією і соціологією. Визначення СП. Структура СП. Об'єкт і предмет СП. Соціально-психологічні феномени. Галузі СП. Етнічна психологія Психологія релігії Політична психологія. Психологія управління. Психологія соціальної дії. Психологія спілкування. Психологія сім'ї. Соціальна психологія особистості. Психологія мас. Конфліктологія. Зв'язок СП з іншими науками.

Тема 2. Комунікативні аспекти спілкування

Спілкування як комунікація. Процес комунікації. Специфічні особливості комунікації. Структура комунікації. Види зворотного зв'язку. Комунікативні стилі. Десять основних комунікативних стилів. Бар'єри комунікації. Комунікативний бар'єр. Бар'єр розуміння. Бар'єри соціально-культурної відмінності. Бар'єри відношення.

Тема 3. Мова в міжособистісному спілкуванні

Мовна комунікація. Поняття язик і мова. Комунікативний ланцюг. Мова і взаєморозуміння. Характеристики мовного вислову. Денотація і коннотація. Полісемія. Синонімія. Спостереження і оцінки. Статичність вислові. Особливості мови в соціально орієнтованому спілкуванні. Правила мовної комунікації. Мовні стратегії і тактики. Принципи і норми вербальної комунікації в спілкуванні. Особливості повсякденної комунікації. Персональність адресації. Спонтанність і невимушеність. Ситуативність. Функції мови в міжособистісному спілкуванні: емотивна функція і конативна функція.

Тема 4. Ефективне слухання

Цілі і чинники ефективного слухання. Ціль «слухати, щоб зрозуміти». Ціль «краще запам'ятати інформацію». Ціль «аналіз і оцінка змісту». Стилi слухання. Слухання неререфлексії. Слухання рефлексії. Емпатичне слухання. Помилки слухання. Причини неуважного слухання. Напрями подолання комунікативних бар'єрів слухання

Тема 5. Невербальні засоби спілкування

Невербальний канал комунікації. Поняття невербальної комунікації. Формула А. Меграбяна. Функції невербального каналу комунікації: доповнення, спростування, заміщення, регулювання. Класифікації невербальних засобів спілкування. Кинестичні засоби спілкування. Міміка як засіб спілкування. Поза як засіб спілкування. Жести як засіб спілкування. Хода як засіб спілкування. Просодика і екстралінгвістика як різновиди спілкування. Такесичний і проксемичний засоби спілкування.

Кредит 2. Інтерактивна та перцептивна сторони спілкування

Тема 6. Спілкування як інтеракція

Інтерактивна сторона спілкування. Міжособова взаємодія. Міжгрупова взаємодія. Динаміка взаємодії людей. Початок взаємодії. Розвиток взаємодії. Вищий рівень взаємодії. Особливості міжособових відносин. Види взаємостосунків.

Тема 7. Поняття соціальної перцепції

Сутність і основні характеристики соціальної перцепції. Особливості формування образів при міжособовому сприйнятті. Ефект новизни. Ефект первинності. Ефект ореола. Механізми міжособового сприйняття. Процес стереотипізації. Поняття емпатії.

Тема 8. Атрибуція як механізм соціального сприйняття

Поняття атрибуції. Схеми причинності. Помилки атрибуції. Помилка відповідності. Помилка «діяч – спостерігач». Помилка самовиправдання. Чинники, що впливають на точність міжособового сприйняття.

Тема 9. Аттракція як механізм соціальної перцепції

Поняття «аттракції». Її зовнішні чинники. Ступінь вияву потреби в аффіліації. Емоційний стан. Просторова близькість. Внутрішні чинники аттракції. Фізична привабливість. Стиль спілкування. Схожість. Взаємодоповнення. Підтримка.

КРЕДИТ 3. Психологія великих і малих груп

Тема 10. Поняття малої групи

Визначення «малої групи». Ознаки малої групи. Класифікація малих груп. Формальні групи. Неформальні групи. Слаборозвинені групи. Високорозвинуті групи. Референтні (еталонні) групи. Нереферентні групи (групи членства). Відкриті групи. Закриті групи. Компоненти малої групи. Взаємостосунки в малій групі. Групові прагнення. Групова думка. Групові настрої. Традиції. Психологічна структура малої групи. Композиційна підструктура малої групи. Підструктура міжособових переваг в малій групі. Комунікативна підструктура малої групи. Підструктура функціональних відносин в малій групі. Статусний розподіл в малій групі. Елементи підструктури функціональних відносин.

Тема 11. Характеристика соціально-психологічних процесів в малій групі

Рівні розвитку групи. Колектив. Корпорація. Автономія. Кооперація. Асоціація. Номінальна група. Конгломерат. Підготовленість групи до спільної діяльності. Соціально-психологічний клімат. Ознаки сприятливого соціально-психологічного клімату. Групова згуртованість. Етапи об'єднання групи. Сумісність членів групи. Груповий тиск. Функції групового тиску. Конформізм і груповий тиск.

Тема 12. Психологія натовпу

Поняття натовпу. Основні ознаки натовпу. Види натовпів. Випадкові і конвенціональні натовпи. Експресивний натовп. Екстатичний натовп. Агресивний натовп. Панічний натовп. Особливості поведінки натовпу. Ролева структура агресивного натовпу. Психологічні особливості поведінки людини в натовпі.

Тема 13. Масові явища у великих групах

Психологія чуток. Закономірності виникнення і розповсюдження чуток. Загальна стратегія профілактики чуток. Психологія паніки. Найважливіші характеристики паніки. Психологічні особливості поведінки людей в умовах паніки.

КРЕДИТ 4. Політична поведінка особистості

Тема 14. Політична психологія як наука. 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 15. Я-концепція і мотивація політичного лідера. Потреба влади як компенсаторна реакція. Образ «Я» політика. Самооцінка політичних лідерів.

Тема 16. Мотивація політичної поведінки. Психологічні концепції потреби у владі. Потреба політичного лідера в досягненні. Потреба політичного лідера в аффіліації і контролі. Мотиви політичної участі.

Тема 17. Психотехнології розробки політичного іміджу. 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 18. 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.

4. Структура навчальної дисципліни

Денна форма навчання

Назви тем	Кількість годин					
	Усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	ср
1	2	3	4	5	6	7
Кредит 1. Вступ до Соціальної психології. Комунікативна сторона спілкування.						
Тема 1. Соціальна психологія як галузь психологічної науки			2			4
Тема 2. Комунікативні аспекти спілкування			2			4
Тема 3 Мова в міжособистісному спілкуванні			2			4
Тема 4. Ефективне слухання			2			4
Тема 5. Невербальні засоби спілкування		2				4
РАЗОМ	30	2	8			20
Кредит 2. Інтерактивна та перцептивна сторони спілкування						
Тема 6 Спілкування як інтеракція			2			5
Тема 7. Поняття соціальної перцепції			2			5
Тема 8 Атрибуція як механізм соціального сприйняття			2			5
Тема 9. Аттракція як механізм соціальної перцепції		2				5
РАЗОМ	30	2	8			20
Кредит 3. Психологія великих і малих груп						
Тема 10. Поняття малої групи			2			
Тема 11 Характеристика соціально-психологічних процесів в малій групі			2			
Тема 12. Психологія натовпу			2			
Тема 13. Масові явища у великих групах		2				
РАЗОМ	30	2	8			
Кредит 4. Політична поведінка особистості						
Тема 14. Політична психологія як наука			2			4

Тема 15. Я-концепція і мотивація політичного лідера.		2				4
Тема 16. Мотивація політичної поведінки		2				4
Тема 17. Психотехнології розробки політичного іміджу			2			4
Тема 18. Формування команди кандидата. Психологічні методи формування команди кандидата			2			4
РАЗОМ	30	4	6			20
Усього годин	120	10	30			80

Заочна форма навчання

Назви тем	Кількість годин					
	Усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	ср
1	8	9	10	11	12	13
Кредит 1. Вступ до Соціальної психології. Комунікативна сторона спілкування.						
Тема 1. Соціальна психологія як галузь психологічної науки						4
Тема 2. Комунікативні аспекти спілкування			2			6
Тема 3. Мова в міжособистісному спілкуванні						6
Тема 4. Ефективне слухання						4
Тема 5. Невербальні засоби спілкування		2	2			4
РАЗОМ	30	2	4			24
Кредит 2. Інтерактивна та перцептивна сторони спілкування						
Тема 6. Спілкування як інтеракція						7
Тема 7. Поняття соціальної перцепції						6
Тема 8. Атрибуція як механізм соціального сприйняття			2			7
Тема 9. Аттракція як механізм соціальної перцепції		2				6
РАЗОМ	30	2	2			26
Кредит 3. Психологія великих і малих груп						
Тема 10. Поняття малої групи						6
Тема 11. Характеристика соціально-психологічних процесів в малій групі			2			8
Тема 12. Психологія натовпу			2			6
Тема 13. Масові явища у великих групах		2				6
РАЗОМ	30	2	4			24
Кредит 4. Політична поведінка особистості						
Тема 14. Політична психологія як наука	5					5
Тема 15. Я-концепція і мотивація політичного лідера.	7	2				5
Тема 16. Мотивація політичної поведінки	7	2				5
Тема 17. Психотехнології розробки політичного іміджу	6					6
Тема 18. Формування команди кандидата. Психологічні методи формування команди	5					5

кандидата						
РАЗОМ	30	4				26
Усього годин	120	10	10			100

5. Теми лекційних занять

Денна форма навчання

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Кредит 1. Вступ до Соціальної психології. Комунікативна сторона спілкування		
1.	Тема 1. Невербальні засоби спілкування	2
Кредит 2. Інтерактивна та перцептивна сторони спілкування		
2.	Тема4. Аттракція як механізм соціальної перцепції	2
Кредит 3. Психологія великих і малих груп		
3.	Тема 13 Масові явища у великих групах	2
Кредит 4. Політична поведінка особистості		
4.	Тема 15 Я-концепція і мотивація політичного лідера	2
5.	Тема 16. Мотивація політичної поведінки	2
РАЗОМ		10

Заочне відділення

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Кредит 1. Вступ до Соціальної психології. Комунікативна сторона спілкування.		
1.	Тема 1. Невербальні засоби спілкування	2
Кредит 2. Інтерактивна та перцептивна сторони спілкування		
2.	Тема4. Аттракція як механізм соціальної перцепції	2
Кредит 3. Психологія великих і малих груп		
3.	Тема 13 Масові явища у великих групах	2
Кредит 4. Політична поведінка особистості		
4.	Тема 15 Я-концепція і мотивація політичного лідера.	2
5.	Тема 16. Мотивація політичної поведінки	2
РАЗОМ		10

6. Теми практичних занять

Денне відділення

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Кредит 1. Вступ до Соціальної психології. Комунікативна сторона спілкування.		
1.	Тема 1. Соціальна психологія як галузь психологічної науки	2
2.	Тема 2. Комунікативні аспекти спілкування	2
3.	Тема 3 Мова в міжособистісному спілкуванні	2
4.	Тема 4. Ефективне слухання	2
Кредит 2. Інтерактивна та перцептивна сторони спілкування		
7.	Тема 6 Спілкування як інтеракція	2
8.	Тема 7. Поняття соціальної перцепції	2
9.	Тема 8..Атрибуція як механізм соціального сприйняття	2
Кредит 3. Психологія великих і малих груп		
10.	Тема 10. Поняття малої групи	2

11.	Тема 11 Характеристика соціально-психологічних процесів в малій групі	2
12.	Тема 12. Психологія натовпу	2
Кредит 4. Політична поведінка особистості		
13.	Тема 14.. Політична психологія як наука	2
14.	Тема 17 Психотехнології розробки політичного іміджу	2
15.	Тема 18 Формування команди кандидата. Психологічні методи формування команди кандидата	2
Разом:		30

Заочне відділення

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Кредит 1. Вступ до Соціальної психології. Комунікативна сторона спілкування		
1	Тема 2. Комунікативні аспекти спілкування	2
2	Тема 2. Невербальні засоби спілкування	2
Кредит 2. Інтерактивна та перцептивна сторони спілкування		
3	Тема 8..Атрибуція як механізм соціального сприйняття	2
Кредит 3. Психологія великих і малих груп		
4	Тема 11 Характеристика соціально-психологічних процесів в малій групі	2
5	Тема 12. Психологія натовпу	2
РАЗОМ		10

7. Самостійна робота Денна форма навчання

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Кредит 1. Вступ до Соціальної психології. Комунікативна сторона спілкування.		
1	Тема 1. Соціальна психологія як галузь психологічної науки	4
2	Тема 2. Комунікативні аспекти спілкування	4
3	Тема 3 Мова в міжособистісному спілкуванні	4
4	Тема 4. Ефективне слухання	4
5	Тема 5. Невербальні засоби спілкування	4
Кредит 2. Інтерактивна та перцептивна сторони спілкування		
6	Тема 6 .Спілкування як інтеракція	5
7	Тема 7. Поняття соціальної перцепції	5
8	Тема 8..Атрибуція як механізм соціального сприйняття	5
9	Тема 9. Атракція як механізм соціальної перцепції	5
Кредит 3. Психологія великих і малих груп		
10	Тема 10. Поняття малої групи	5
11	Тема 11 Характеристика соціально-психологічних процесів в малій групі	5
12	Тема 12. Психологія натовпу	5
13	Тема 13 Масові явища у великих групах	5
Кредит 4. Політична поведінка особистості		
14	Тема 14.. Політична психологія як наука	4
15	Тема 15 Я-концепція і мотивація політичного лідера	4
16	Тема 16. Мотивація політичної поведінки	4
17	Тема 17 Психотехнології розробки політичного іміджу	4
18	Тема 18 Формування команди кандидата. Психологічні методи формування команди кандидата	4

		Разом:	80
Заочна форма навчання			
№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
Кредит 1. Вступ до Соціальної психології. Комунікативна сторона спілкування.			
	Тема 1. Соціальна психологія як галузь психологічної науки	4	
	Тема 2. Комунікативні аспекти спілкування	6	
	Тема 3 Мова в міжособистісному спілкуванні	6	
	Тема 4. Ефективне слухання	4	
	Тема 5. Невербальні засоби спілкування	4	
Кредит 2. Інтерактивна та перцептивна сторони спілкування			
	Тема 6 Спілкування як інтеракція	7	
	Тема 7 Поняття соціальної перцепції	6	
	Тема 8..Атрибуція як механізм соціального сприйняття	7	
	Тема 9. Атракція як механізм соціальної перцепції	6	
Кредит 3. Психологія великих і малих груп			
	Тема 10. Поняття малої групи	6	
	Тема 11 Характеристика соціально-психологічних процесів в малій групі	8	
	Тема 12. Психологія натовпу	6	
	Тема 13 Масові явища у великих групах	6	
Кредит 4. Політична поведінка особистості			
	Тема 14.. Політична психологія як наука	5	
	Тема 15 Я-концепція і мотивація політичного лідера	5	
	Тема 16. Мотивація політичної поведінки	5	
	Тема 17 Психотехнології розробки політичного іміджу	6	
	Тема 18 Формування команди кандидата. Психологічні методи формування команди кандидата	5	
РАЗОМ		100	

8. Індивідуальне навчально-дослідне завдання

Індивідуальне науково-дослідне завдання складається з двох напрямів:

I – підготовка та захист контрольної роботи (для студентів ЗФН);

II – Студентам пропонується створити програму презентації сучасної політичної партії (або політика): психологічні аспекти (на прикладі вітчизняних або зарубіжних політичних діячів - за власним вибором) (для студентів ДФН).

9. Форми роботи та критерії оцінювання

Рейтинговий контроль знань студентів здійснюється за 100-бальною шкалою:

Шкала оцінювання: національна та ECTS

ОЦІНКА ECTS	СУМА БАЛІВ	ОЦІНКА ЗА НАЦІОНАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ	
		екзамен	залік
A	90-100	5 (відмінно)	5/відм./зараховано
B	80-89	4 (добре)	4/добре/ зараховано
C	65-79		
D	55-64	3 (задовільно)	3/задов./ зараховано

E	50-54		
FX	35-49	2 (незадовільно)	Не зараховано

Форми поточного та підсумкового контролю.

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.

Підсумковий контроль здійснюється з метою оцінки результатів навчання студента. Вид підсумкового контролю: контрольна робота, залік.

Контрольна робота (КР) є обов'язковою складовою підсумкового контролю навчальних досягнень студентів. Виконання студентами КР спрямоване на всебічну і комплексну перевірку обсягу, рівня та якості засвоєння ними всього навчального матеріалу, що входить до кожного модуля: як матеріалу, що підлягає вивченню під час аудиторної роботи, так і самостійної роботи.

Іспит – вид підсумкового контролю, що полягає в оцінюванні засвоєння студентом навчального матеріалу на підставі виконання ним певних типів робіт на практичних заняттях, у процесі самостійної роботи, індивідуального навчально-дослідного завдання, контрольних робіт, виконання тестових завдань.

Критерії оцінювання відповідей на практичних заняттях:

“відмінно” – студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, уміння приймати необхідні рішення в нестандартних ситуаціях, вільне володіння науковими термінами, аналізує причинно-наслідкові зв'язки;

“дуже добре” – студент демонструє повні знання навчального матеріалу, допускає незначні пропуски матеріалу, вміє застосувати його щодо конкретно поставлених завдань, у деяких випадках нечітко формулює правильні відповіді;

“добре” – студент демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його щодо конкретно поставлених завдань, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності;

“достатньо” – студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вміє інтегровано застосувати набуті знання для аналізу конкретних ситуацій, нечітко, а інколи й невірно формулює основні теоретичні положення та причинно-наслідкові зв'язки;

“задовільно” – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.

Кількість балів у кінці семестру повинна складати від 200 до 400 балів (за 4 кредити), тобто сума балів за виконання усіх завдань.

Відповідний розподіл балів, які отримують студенти за 4 крд.

9. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота																		КР	Накопичувальні бали/Сума
T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	T 9	T 10	T 11	T 12	T 13	T 14	T 15	T 16	T 17	T 18	100	400/100*
15	15	15	15	15	20	15	20	20	15	20	15	15	20	15	20	15	20		

Коефіцієнт для іспиту - 0,6 . Іспит оцінюється в 40 б.

10. Засоби дігностики

Засобами діагностики та методами демонстрування результатів навчання є: завдання до практичних занять, завдання для самостійної та індивідуальної роботи (зокрема есе, реферати), презентації результатів досліджень, тестові завдання, контрольні роботи.

11. Методи навчання

Усний виклад матеріалу: наукова розповідь, спрямована на аналіз фактичного матеріалу; пояснення – вербальний метод навчання, за допомогою якого розкривається сутність певного явища, закону, процесу; семінари-дискусії, інтерактивні заняття з використанням інтернет-технологій, розв'язування задач на основі психотерапевтичних випадків, презентації, герменевтичний аналіз, ділові ігри, психотерапевтичні вправи й техніки, ілюстрація – метод навчання, який передбачає показ процесів у їх символічному зображенні (малюнки, схеми, графіки та ін.).

12. Рекомендована література

Базова

1. Козирев М. П. К59 Політична психологія: навч. посібник / М. П. Козирев. – Львів: ЛьвДУВС, 2018. – 648 с.
2. Власова О.І. [Соціальна психологія організацій і управління : підручник для студ. гуманітарних фак-тів ун-тів / О.І. Власова, В.І. Кушерець, Ю.В. Никоненко.](#) – 2017. – 396 С.

Допоміжна

20. 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.
21. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. – М. : Весь мир, 2002. – 237 с.
22. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения / Николая Геген. – СПб. : Питер, 2005. – 203 с.
23. Гринберг Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама: [учебное пособие для вузов] / Т. Э. Гринберг. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 316 с.
24. Гуревич П. С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П. С. Гуревич. – М. : ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
25. Зимбардо Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.
26. Малишевский Н. Н. Технология и организация выборов / Н. Н. Малишевский. – Мн. : Харвест, 2003. – 256 с.
27. Морозова И. Слагая слоганы / Ирина Морозова. – М. : РИП-холдинг, 2001. – 315 с.
28. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д. В. Ольшанский. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 494 с.
29. Ольшанский Д. В. Психология современной российской политики. Хрестоматия по политической психологии / Д. В. Ольшанский. – М. ; Екатеринбург : Академический Проект : Деловая книга, 2001. – 648 с.

30. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа / А. Ю. Панасюк. – М. : Омега-Л, 2007. – 266 с.
31. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А. И. Пирогов., Московский открытый социальный университет. – М. : Академ.Проект, 2005. – 362 с.
32. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии / Г. Г. Почепцов – М. : Центр, 2003. – 384 с.
33. Психология социальных ситуаций / [под ред. Н. В. Гришиной]. – СПб. : Питер, 2001. – 416 с.
34. Ситников А. П. Политический консалтинг / А. П. Ситников, И. В. Огарь, Н. С. Бахвалова. – М. : Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 624 с.
35. Шалагинова Л. В. Психология лидерства: [учебное пособие] / Л. В. Шалагинова. – СПб. : Речь, 2007. – 458 с.
36. Шейнов В. П. Психология лидерства и власти / В. П. Шейнов. – М. : Ось-89, 2008. – 604 с.
37. Щербинина Н. Г. Теории политического лидерства: [учебное пособие] / Н. Г. Щербинина. – М. : Весь мир, 2004. – 181 с.
38. Шестопал Е. Б. Политическая психология. Хрестоматия / Е. Б. Шестопал. – М. : Аспект-Пресс, 2007. – 432 с.

13. Інформаційні ресурси

<https://cyberleninka.ru> ;
http://gpb22.narod.ru/Kud_ship/ch42_11.htm
www.studentam.net;
www.gumer.info;
www.flogiston.ru;
www.psylib.myword.ru.

Тест №1

\$CATEGORY: \$course\$/Базовый уровень | одна відповідь!!!!

Яке походження має поняття «Політична психологія»{
}

Яку назву має недостовірна аб частково достовірна інформація, що надходить від однієї особи або групи, про події, ситуації{
}

Яку назву має емоційний стан, різновид поведінки великої сукупності людей, породжений дефіцитом або надлишком інформації, загрозливим впливом зовнішніх умов і виражений почуттям страху{
}

Що означає політика як система{
}

Яку назву має система історично сформованих, відносно стійких цінностей, установок, моделей поведінки, які проявляються у безпосередній діяльності суб'єктів політичного процесу{
}

Що є первинним механізмом політичної соціалізації{
}

На думку якого дослідника усі політичні лідери прагнуть до влади{
}

Що відбувається з чутками під час їх циркуляції{
}

Набір уявлень про якості людини, котрі рекламодавцю хотілось би включити в масову свідомість виборців – це{
}

Що є суттю виступів кандидата на зустрічах з виборцями{
}

А. Джордж виділив негативні суб'єктивні почуття у відношенні до себе, які притаманні більшості політичних лідерів. Одним із них є{
}

Якою може бути самооцінка політичного лідера{
}

Що відбувається на підготовчому етапі виборчої кампанії{
}

Галузь соціальної психології, котра вивчає політичну поведінку людини – це{
}

Що відображає основні ідеї кампанії, цілі та шляхи їх реалізації у виборчому процесі {
}

Яка схема побудови промови кандидата є найбільш вигірною {
}

Як саме Арістотель називав людину у політиці {
}

Яку назву має плакат, головним компонентом якого є фотографія кандидата {
}

Що відноситься до демографічних характеристик політика {
}

Яку назву має складова «Я» - образу політика, яка відповідає уявленням політичного лідера про свій внутрішній світ, конфлікти, страхи {
}

Що є ядром політичного іміджу кандидата {
}

Який з перелічених методів дослідження електоральної поведінки відносяться до якісних {
}

Який з перелічених методів дослідження електоральної поведінки відносяться до кількісних {
}

Який тип політичного іміджу у своїй класифікації В. Бебик характеризує як імідж, який будувався на основі постулату «Я – свій, я тут живу і нікуди не дінуся {
}

Який відділ штабу виборчої кампанії забезпечує фізичну безпеку кандидата та членів команди {
}

Поняття акцентуації характеру увів {
}

Соціальна психологія — це {
}

Який із факторів не належить до природніх факторів, що обумовлюють існування суспільства {
}

Кого Г. Олпорт назвав родоначальниками соціальної психології {
}

Процес входження індивіда в суспільство, активне засвоєння соціального досвіду, ролей та норм – це {
}

Яку назвумаспостереження, коли психолог не належить до числа учасниківспостерігаємоїгрупи {
}

Трансакція – це {
}

На вивченнячогоспрямованасоціометрична методика Морено {
}

Яку назвумасукупністьгруповихпроцесів, яківідображають весь цикл життєдіяльностігрупи {
}

Хто є автором соціометричного методу {
}

Де самесформуваласьнаукова школа, яка сконцентрувалась на вивченніпсихологіїнародів {
}

Хтоізвчених є автором теоріїкогнітивногодисонансу {
}

Хтоізвчених є автором теоріїтранзактногоаналізу {
}

Щотакекогнітивний дисонанс {
}

Яку назвумаютбар'ери у спілкуванні, котріхарактеризуютьсяперебиванням партнера, суперечкою, постановкоюзакритихпитань {
}

Яку назву мають бар'ери у спілкуванні, котрі характеризуються нудьгою, позіханням, збільшенням дистанції {
}

Яку назвумас зона спілкування, яка є характерною для близьких людей {
}

Яку назвумас зона спілкування, яка є характерною для повсякденногоспілкування з друзями, колегами {
}

Якою є мінімальна кількість учасників малої групи {
}

Якою є максимальна кількістьучасниківмалоїгрупи {
}

Хто із учених запропонував поділ малих груп на первинні і вторинні {
}

Хто із учених запропонував поділ малих груп на формальні і неформальні {
}

Хто із учених запропонував поділ малих груп на групи членства і референтні групи {
}

Яку назву має стиль поведінки у конфлікті, який притаманний людині, яка хоче задовільняти власні інтереси в першу чергу та володіє достатнім авторитетом {
}

Яку назву має стиль поведінки у конфлікті, який притаманний людині, яка хоче задовільняти власні інтереси та змушена брати уваги інтереси іншої сторони {
}

\$CATEGORY: \$course\$/Средний уровень 1 одна відповідь!!!!

Політична психологія є галуззю {
}

Що означає «політика» {
}

Політика як психологічний феномен розглядається з {
}

Яку іншу назву має навіювання {
}

Що є основою ефективності навіювання {
}

Американські дослідники Д. Оффер та Ч. Строзаер поділили образ «Я» політика на декілька частин. Скільки частин вони виділили {
}

Яку назву має емоційний стан, що виникає як наслідок недостачі чи надлишку інформації в умовах реальної чи уявної загрозливої ситуації {
}

Яку назву має плакат, який містить передвиборчу програму конкретного кандидата? {
}

Який із факторів не належить до соціальних факторів, що обумовлюють існування суспільства {
}

Який тип темпераменту має високу і рівномірну комунікативну активність, багато спілкується і від спілкування майже не втомлюється, до співрозмовника уважний {
}

Який тип темпераменту має не високу комунікативну активність, у спілкуванні часто буває слухачем {
}

Який тип темпераменту має не високу комунікативну активність, проявляє замкненість і сором'язливість у спілкування, має труднощі у виступах перед аудиторією {
}

Який тип темпераменту має гарну адаптацію, позитивне ставлення до нового досвіду, але нове часто засвоює методом спроб і помилок {
}

Який тип темпераменту має відмінну адаптацію і байдуже ставлення до нового досвіду, дуже швидко пристосовується і звикає до нових обставин {
}

Який тип темпераменту має уповільнену адаптацію, негативне ставлення до нового досвіду, повільно засвоює нові навички, звичні обставини вважає більш комфортними {
}

\$CATEGORY: \$course\$/Средний уровень2 декілька відповідей!!!!

Яке викривлення чутток відбуваються під час їх циркуляції {
}

А Джордж виділив негативні суб'єктивні почуття у відношенні до себе, які притаманні більшості політичних лідерів {
}

На які частини американські дослідники Д. Оффер та Ч. Строзаер поділили образ «Я» політика {
}

Що є складовими стратегії виборчої кампанії {
}

Що відноситься до тактики виборчої кампанії {
}

Що відбувається на підготовчому етапі виборчої кампанії {
}

Які аспекти політичної соціалізації виділяють у первинному її етапі {
}

Що є притаманним агітаційній кампанії {
}

Які існують види комунікації {
}

Які дистанції у спілкуванні виділив Е. Коул {

}

Які існують рівні спілкування{

}

З яких позицій може розглядатися спілкування{

}

Які існують види казуальної атрибуції{

}

Які існують форми соціального контролю{

}

Які групи виділив Ч. Кулі{

}

\$CATEGORY: \$course\$/Средний урiвень 3 дописати слово!!!!

Яка модель політичної соціалізації характеризується формуванням позитивного ставлення до влади{

}

Яка модель політичної соціалізації формує молодь негативно налаштовану до будь-якої влади окрім «своєї» {

}

Цілями якої моделі політичної соціалізації є формування високого рівня громадянської активності {

}

Яка модель політичної соціалізації формує лояльне ставлення до певної групи та готовність підтримати її у боротьбі проти інших груп {

}

Яку назву має відносно короткочасне, контактне, чисельне скупчення людей, які перебувають у стані підвищеного емоційного збудження і об'єднані безпосередньою просторовою близькістю та загальним об'єктом {

}

Яку назву має короткий лозунг, що є складовою частиною виборчої кампанії та відображає її суть у прямій чи опосередкованій формі{

}

Яку назву має плакат, котрий інформує виборців про підтримку кандидата відомою людиною{

}

Яку назву має технологія агітації, коли виборець отримує листівку від імені кандидата у вигляді «іменного листа»{

}

Яку назву має складова «Я» - образу політика, яка відповідає уявленням політичного лідера про стан свого здоров'я, фізичну силу та слабкість {
}

Яку назву має складова «Я» - образу політика, яка відповідає уявленням політичного лідера про свої можливості та претензії у сфері сексуальної поведінки {
}

Яку назву має зона спілкування, яка є характерною для мітингів {
}

Який з методів психологічного дослідження є «старим» методом соціальної психології {
}

Яку назву має метод соціальної психології, який використовується для діагностики взаємних симпатій та антипатій, статусно-рольових відносин між членами групи, який дозволяє виявити: соціально-психологічну структуру взаємовідносин в малих групах; конкретні позиції її членів в структурі цих взаємовідносин; формальних і неформальних лідерів й аутсайдерів у групі; наявність мікрогруп і зв'язків між ними {
}

Яку назву має метод соціальної психології, який передбачає активне втручання дослідника в діяльність досліджуваних з метою створення кращих умов для вивчення конкретних соціально-психологічних явищ і процесів {
}

Яку назву має метод соціальної психології, який передбачає – метод, який передбачає отримання відповідей досліджуваного на конкретні питання дослідника {
}

Яку назву має формалізований метод якісно-кількісного аналізу змісту документів з метою виявлення або виміру різних фактів і тенденцій, відбитих у цих документах {
}

Яка сторона спілкування полягає в обміні інформацією між індивідами, що спілкуються {
}

Складний багатоплановий процес встановлення й розвитку контактів між людьми, породжуваний потребою спільної діяльності й обміну інформацією, що включає в себе вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття й розуміння іншої людини, має назву {
}

Яка сторона спілкування полягає в організації взаємодії між індивідами, що спілкуються {

Яка сторона спілкування означає процес прийняття один одного партнерами по спілкуванню {
}

\$CATEGORY: \$course\$/Высокий уровень 1 одна відповідь!!!!

Яке викривлення чуток відбуваються під час їх циркуляції {
}

Платон вважав, що ідеальний тип правителя – це{
}

Яку назву має плакат, який знайомить виборців з кандидатом{
}

О котрій годині спостерігається пік уваги телеглядачів до передач на ТБ{
}

Яку назву має складова «Я» - образу політика, яка відображає вплив ставлення у батьківській сім'ї на його поведінку{
}

Який тип темпераменту має помірне терпіння, не дуже любить чекати і наздоганяти, не любить ситуації довготривалого напруження, але може керувати своїм психічним станом{
}

Яку назву має зіткнення протилежно спрямованих цілей{
}

Які існують види комунікації{
}

Яку назву має цілеспрямована, неаргументована дія однієї людини на іншу або на групу{
}

Яку назву має член групи, чий авторитет, владу і повноваження добровільно визнаються іншими членами групи, готовими йому підкорятися і слідувати за ним{
}

\$CATEGORY: \$course\$/Высокий уровень2декількі відповідей!!!!

Які з перелічених методів дослідження електоральної поведінки відносяться до кількісних{
}

Які з перелічених методів дослідження електоральної поведінки відносяться до якісних{
}

Що відноситься до демографічних характеристик політика{
}

Які теми є найвиграшнішими для слоганів{
}

Людину у натовпі характеризують наступні риси{
}

Які малі групи виділив Е. Мейо{
}

Які малі групи виділив Г. Хаймен{
}

Які характеристики є притаманними лідерству{
}

Які характеристик є притаманними керівництву{
}

Які утворення відносяться до великих соціальних груп{

\$CATEGORY: \$course\$/**Высокий уровень**Здописати слово!!!!

Який тип політичного іміджу у своїй класифікації В. Бебик характеризує як імідж, який будувався на прагненні сформувати позитивне ставлення до себе як до «свого хлопця» {
}

Який відділ штабу виборчої кампанії займається набором, інструктажем та координацією агітаційної діяльності{
}

Яку назву має метод дослідження електоральної поведінки, який базується на твердження, що на формування політичних установок індивіда впливають географічні фактори та структура економіки регіону{
}

Яку назву має метод дослідження електоральної поведінки, який базується на створенні карт, на які наносять результати голосування за певні партії в кожному регіоні{
}

Яку назву має недостовірною або частково достовірною інформація, що надходить від однієї особи або групи, про події, ситуації {
}

Що є первинним механізмом утворення натовпу{
}

Яку назву має безструктурне скупчення людей, позбавлених ясно усвідомленої спільності цілей, але взаємно пов'язаних подібністю емоційного стану і спільним об'єктом уваги{
}

Яку назву має натовп людей, чия увагу, наприклад, привернула якась надзвичайна подія, скажімо, дорожньо-транспортна пригода{
}

Яку назву має натовп, який утворюється з людей, згуртованих прагненням спільно висловити свої почуття – радість, горе, протест, солідарність тощо {
}

Яку назву має натовп, учасниками якого є, глядачів на стадіоні чи концертному залі (люди, які зібралися за задалегідь оголошеною подією) {
}

Для яких відносин характерним є лідерство {
}

Для яких відносин характерним є керівництво {
}

Сфера прояву лідерства {
}

Яку назву має суспільна істота, що володіє свідомістю, є суб'єктом суспільно-історичної діяльності та культури {
}

Яку назву має одиничний представник людського роду, окремо взята людина, в єдинстві усіх його особливостей – біологічних, психологічних, індивідуальних {
}

Яку назву має сукупність характерних особливостей та властивостей, котрі відрізняють одного індивіда від іншого; неповторність, унікальність {
}

Що є вродженою характеристикою особистості {
}

Хто є автором психоаналітичної теорії особистості, структура особистості у якій складається з «Я», «ВОНО», «НАД –Я» {
}

А.Маслоу і К.Роджерс є представниками якої теорії особистості {
}

Що є основною потребою особистості, відповідно гуманістичних теорій особистості {
}

\$CATEGORY: \$course\$/**Высокий уровень**4**розгорнута відповідь! Есе!**

Які складові Я-образу політика виділили Дж. Оффер та Ч. Строзаєр { }

Які риси притаманні особистості у натовпі { }

Які існують чутки за експресивним параметром { }

Які існують різновиди розсилки рекламних листівок { }

Які існують вимоги до ефективної політичної реклами { }

Які види діяльності здійснює психолог у команді кандидата { }

Які особливості має лідерство у порівнянні з керівництвом{ }

Які існують бар'єри у спілкуванні{ }

Які зони спілкування існують за Коуелом{ }

Які існують малі групи на думку Е. Мейо{ }

Тест №2

\$CATEGORY: \$course\$/Базовый уровень | одна відповідь

Соціальна психологія — це{

галузь психології, яка займається вивченням закономірностей діяльності соціальних інститутів

галузь політичної психології, яка займається вивченням закономірностей діяльності людини в умовах взаємодії в соціальних групах \

галузь психології, яка займається вивченням закономірностей діяльності людини в умовах взаємодії в соціальних групах

}

Який із факторів не належить до природніх факторів, що обумовлюють існування суспільства{

культура

стать

вік

}

Процес входження індивіда в суспільство, активне засвоєння соціального досвіду, ролей

та норм – це {

спілкування

соціалізація

комунікація

}

Яку назву має спостереження, коли психолог не належить до числа

учасників спостерігаємої групи{

відкрите

невключене

лабораторне

}

Яку назву має сукупність групових процесів, які відображають весь цикл життєдіяльності

групи{

групові санкції

групові норми

групові динаміка

}

Хто є автором соціометричного методу{

К. Левін

Дж. Морено

Е. Берн
}

Хто із вчених є автором теорії когнітивного дисонансу {
Л. Фестінгер
Дж. Морено
К. Левін
}

Хто із вчених є автором теорії транзактного аналізу {
Дж. Морено
К. Левін
Е. Берн
}

Що таке когнітивний дисонанс {
неузгодженість думок та дій
антипатія
казуальна атрибуція
}

Яку назвують бар'єри у спілкуванні, котрі характеризуються перебиванням партнера, суперечкою, постановкою закритих питань {
невербальні
вербальні
індивідуально-типологічні
}

Яку назву мають бар'єри у спілкуванні, котрі характеризуються нудьгою, позіханням, збільшенням дистанції {
вербальні
одноманітність
індивідуально-типологічні
невербальні
}

Яку назву має зона спілкування, яка є характерною для близьких людей {
інтимна
персональна
соціальна
}

Яку назву має зона спілкування, яка є характерною для повсякденного спілкування з друзями, колегами {
інтимна
персональна
соціальна
}

Якою є мінімальна кількість учасників малої групи {
2-3
5-7
10-15
}

Якою є максимальна кількість учасників малої групи {
 близько 25 осіб
 близько 40 осіб
 10-15 осіб
 }

Хто із учених запропонував поділ малих груп на первинні і вторинні {
 Ч. Кулі
 Е. Мейо
 Г. Хаймен
 }

Хто із учених запропонував поділ малих груп на формальні і неформальні {
 Ч. Кулі
 Г. Хаймен
 Е. Мейо
 }

Хто із учених запропонував поділ малих груп на групи членства і референтні групи {
 Г. Хаймен
 Ч. Кулі
 Е. Мейо
 }

Яку назву має стиль поведінки у конфлікті, який притаманний людині, яка хоче задовільняти власні інтереси в першу чергу та володіє достатнім авторитетом {
 компроміс
 співробітництво
 суперництво
 }

Яку назву має стиль поведінки у конфлікті, який притаманний людині, яка хоче задовільняти власні інтереси та змушена брати уваги інтереси іншої сторони {
 співробітництво
 компроміс
 суперництво
 }

\$CATEGORY: \$course\$/Средний уровень 1 одна відповідь

Яку іншу назву має навіювання {
 віра
 реклама
 сугестія
 довіра
 }

Що є основою ефективності навіювання {
 довіра
 страх
 мораль
 сором
 }

Яку назву має емоційний стан, що виникає як наслідок недостачі чи надлишку інформації в умовах реальної чи уявної загрозової ситуації {

розпач
радість
паніка
страх
}

Який тип темпераменту має високу і рівномірну комунікативну активність, багато спілкується і від спілкування майже не втомлюється, до співрозмовника уважний {

холерик
сангвінік
флегматик
меланхолік
}

Який тип темпераменту має не високу комунікативну активність, у спілкуванні часто буває слухачем {

холерик
сангвінік
флегматик
меланхолік
}

Який тип темпераменту має не високу комунікативну активність, проявляє замкненість і сором'язливість у спілкування, має труднощі у виступах перед аудиторією {

холерик
сангвінік
флегматик
меланхолік
}

\$CATEGORY: \$course\$/Средний уровень2дві відповіді

Які існують види комунікації {

вербальна
невербальна
спілкування
}

Які дистанції у спілкуванні виділив Е. Коул {

інтимна
соціальна
загальна
}

Які існують рівні спілкування {

інтимно-особистісний
соціально-рольовий
публічний
}

З яких позицій може розглядатися спілкування {
 як взаємодія
 як взаєморозуміння
 як самовираження
 }

Які існують види казуальної атрибуції {
 інтервальна
 екстернальна
 соціальна
 }

Які існують форми соціального контролю {
 внутрішня
 зовнішня
 культурна
 }

\$CATEGORY: \$course\$/Средний уровеньЗдописати слово

Який з методів психологічного дослідження є «старим» методом соціальної психології {
 }

Яку назву має метод соціальної психології, який передбачає активне втручання дослідника в діяльність досліджуваних з метою створення кращих умов для вивчення конкретних соціально-психологічних явищ і процесів {
 }

Яку назву має метод соціальної психології, який передбачає – метод, який передбачає отримання відповідей досліджуваного на конкретні питання дослідника {
 }

Яку назву має формалізований метод якісно-кількісного аналізу змісту документів з метою виявлення або виміру різних фактів і тенденцій, відбитих у цих документах {
 }

Яка сторона спілкування полягає в обміні інформацією між індивідами, що спілкуються {
 }

Складний багатоплановий процес встановлення й розвитку контактів між людьми, породжуваний потребою спільної діяльності й обміну інформацією, що включає в себе вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття й розуміння іншої людини, має назву {
 }

Яка сторона спілкування полягає в організації взаємодії між індивідами, що спілкуються {
 }

Яка сторона спілкування означає процес сприйняття один одного партнерами по спілкуванню {
 }

\$CATEGORY: \$course\$/Высокий уровень1одна відповідь

Яку назву має зіткнення протилежно спрямованих цілей {
 кооперація
 конкуренція
 конфлікт
 згуртованість
 }

Які існують види комунікації {
 реальна і вигадана
 проста і складна
 зовнішня і внутрішня
 вербальна і невербальна
 }

Яку назву має цілеспрямована, неаргументована дія однієї людини на іншу або на групу {
 навіювання
 переконання
 наслідування
 зараження
 }

Яку назву має член групи, чий авторитет, владу і повноваження добровільно визнаються іншими членами групи, готовими йому підкорятися і слідувати за ним {
 керівник
 лідер
 вождь
 начальник
 }

\$CATEGORY: \$course\$/**Высокий уровень** 2 дві відповіді

Які малі групи виділив Е. Мейо {
 формальні
 референтні
 неформальні
 }

Які малі групи виділив Г. Хаймен {
 референтні
 групи членства
 формальні
 }

Які характеристики є притаманними лідерству {
 стабільність
 динамічність
 орієнтація на між особові відносини
 }

Які характеристик є притаманними керівництву {
 стабільність
 орієнтація на соціальні відносини

динамічність
}

\$CATEGORY: \$course\$/**Высокий уровень**3дописати слово

Для яких відносин характерним є лідерство {
}

Для яких відносин характерним є керівництво {
}

Сфера прояву лідерства {
}

Яку назву має сукупність характерних особливостей та властивостей, котрі відрізняють одного індивіда від іншого; неповторність, унікальність {
}

Що є вродженою характеристикою особистості {
}

Хто є автором психоаналітичної теорії особистості, структура особистості у якій складається з «Я», «ВОНО», «НАД –Я» {
}

А.Маслоу і К.Роджерс є представниками якої теорії особистості {
}

Що є основною потребою особистості, відповідно гуманістичних теорій особистості {
}

\$CATEGORY: \$course\$/**Высокий уровень**4розписати

Які особливості має лідерство у порівнянні з керівництвом { }

Які існують бар'єри у спілкуванні { }

Які зони спілкування існують за Коуелом { }

Які існують малі групи на думку Е. Мейо, Ч. Кулі, Г. Хайменом { }

Розділ 9. Лекції

Л 1. Соціальна психологія як галузь психологічної науки (3 г.)

Питання № 1. Соціальна психологія як наука

Питання № 2. Об'єкт та предмет СП.

Питання № 3. Галузі СП.

Питання № 4. Зв'язок СП з іншими науками (на самостійне вивчення. Майерс).

Питання № 1. Соціальна психологія як наука.

Виникнувши на стику наук – психології та соціології, соціальна психологія до цих пір зберігає свій особливий статус.

Від психології запозичене те, що соціальна психологія вивчає соціальну поведінку людини. Увагу спеціалістів в області психології особистості зосереджено на внутрішньому світі індивіда і на індивідуальних відмінностях, наприклад, їх цікавить, чому одні люди більше агресивні, ніж інші. Соціальні психологи звертають увагу на те, що взагалі властиво всім людям, - як ми сприймаємо один одного і впливаємо один на одного. (Приклад, Ви ніколи не зможете передбачити, як вчинить конкретна людина, але ви можете точно сказати, що буде робити основна маса людей. Особистості можуть бути різними, але більшість не змінними)

Від соціології запозичені вивчення різних по чисельності груп, від малих до дуже великих (наприклад, нація і властиві їй тенденції). (Приклад, вивчаючи близькі відносини, соціолог міг би поцікавитись кількістю офіційно оформлених та громадянських шлюбів і розлучень і тенденцією в цій сфері, а соціальний психолог спробував би зрозуміти, як люди стають привабливими один до одного)_Соціальні психологи розуміють, що люди не існують в ізоляції від соціальних і культурних впливів. **Тому основний інтерес науки СП полягає в розумінні факторів, формуючих дій і думок окремої людини в окремих соціальних обставинах.**

Визначення соціальної психології:

1. Д. Маєрс – « наука про те, як люди думають одне про одного, як впливають один на одного і як відносяться один до одного»
2. Р. Берон – « наука, яка прагне зрозуміти ЩО і ЧОМУ ми думаємо про інших людей і як взаємодіємо з ними» .
3. Т. Шибутані – « наука про закономірності поведінки людей, обумовлених їх участю в групах».
4. Г. Олпорт – « наука, в рамках яких люди прагнуть зрозуміти, пояснити і передбачити, як на думки, почуття і дії індивідів впливає сприймана чи уявна присутність інших людей»

Соц. психологія дає відповіді на різні питання; Чому люди закохуються і перестають кохати; Як справити хороше враження на оточуючих; Що робить людину харизматичним лідером; Як впливати на інших людей?

Т.о., спектр соціальних феноменів, які вивчаються в дисципліні СП надзвичайно широкий : від кохання і співробітництва до упереджень і конфліктів.

Інформація про перші експерименти в соціальній психології з'явилась у 1898р., а перший підручник по СП вийшов у 1924р. Свою нинішню форму соціальна психологія знайшла у 1930-х рр. минулого століття. Однак такою живою областю знань, якою вона постає сьогодні , соціальна психологія почала становитись тільки під час Другої Світової Війни, коли психологи виповнили вражаючий дослід переконання і морального стану солдатів .*(Як фашисти задумали і втілили немислиме – знищення 6 млн. євреїв? Цей жахливий злочин було здійснено тому що , тисячі людей підкорялись наказам. Вони заштовхували в'язнів спочатку в теплушки , а потім в так звані « душеві кабінки», які насправді були газовими камерами , і травили їх газом. Як можна було заманити нормальних людей в такі жахливі дії?)*

Експерименти С. Мілграма (дія принципу авторитету) .

Структура соціальної психології:

- соціальна психологія спілкування (спілкування як інтеракція, як перцепція, як комунікація);
- соціальна психологія груп (психологія великих та малих груп);
- соціальна психологія особистості.

Питання № 2. Об'єкт та предмет СП.

Об'єктом соціальної психології являються конкретні соціальні спільноти(групи) чи окремі їх представники (особистості) , а її **предметом** – певні соціально- психологічні феномени.

Ці соціально – психологічні феномени можна класифікувати по багатьом підставам:

1.-По приналежності до різних соціальним спільнот та об'єктів.

1.1. По-перше , виділяють соціально - психологічне явище, які виникають в великих та малих соціальних групах.

1.1.1. В великих групах- націях(етносах), соціальних класах, релігійних конфесіях, політичних і громадських інститутах(організаціях)- виникають і функціонують складні соціально-психологічні феномени, які отримали назву «психологія нації», «класова психологія», « релігійна психологія», «психологія політики».

1.1.2. В малих групах функціонують і проявляються в цілому такі соціально - психологічні явища., як міжособистісні відносини, групові устремління, настрої, думки та традиції.

1.2. По-друге крім організованих спільнот , існують і спільноти *неорганізовані* (чи слабо організовані): натовп та інші різновиди скупчення людей. Соціально-психологічні явища , які тут виникають , називають масовидністю, а поведінка людей - стихійною. До таких явищ зазвичай відносять, психологію паніки та страху, психологію слухів , психологію масових комунікаційних процесів (психологію впливу), психологію реклами.

1.3.По-третє соціальна психологія вивчає і особистість , яка є суб'єктом взаємодії та спілкування з іншими людьми.

II. По віднесеності до різних класів психологічних феноменів соціально - психологічне явище можна розділити на :

2.1. Раціонально осмисленні (соціальні погляди, переконання, інтереси, традиції), емоційно впорядковані (соціальні почуття і настрої, психологічний клімат і атмосфера).

2.2.Стихійні, функціонуючі в звичайних чи не звичайних умовах(наприклад, конфліктних , експериментальних).

III. По стійкості соціально-психологічні явища поділяються на:

- 3.1. Динамічні (наприклад, різні види спілкування), відносно мінливі (наприклад, думки та настрої).
- 3.2. Статистичні (наприклад, звичаї, традиції).

IV. По ступеню усвідомленості соціально - психологічні явища можуть бути:

- Усвідомлені
- Неусвідомлені.

Питання № 3. Галузі СП.

Етнічна психологія – вивчає психологічні особливості людей, як представників різних етнічних спільнот.

Психологія релігії – вивчає психологію людей залучених в різні релігійні спільноти, а також в їх релігійну діяльність.

Політична психологія - вивчає різні сторони психологічних явищ і процесів, що відносяться до сфери політичного життя спільнот і політичної діяльності людей.

Психологія управління (організаційна психологія) – аналізує проблеми, пов'язані з впливом на групи, спільноти в цілому чи окремі його ланки з ціллю їх упорядкування, збереження якісної специфіки, вдосконалення та розвитку.

Психологія соціального впливу - займається вивченням особливостей, закономірностей, методів впливу на людей і групи в різних умовах їх життя і діяльності.

Психологія спілкування розкриває своєрідні процеси розвитку відносин та обміну інформацією між людьми і соціальними групами.

Психологія сім'ї ставить перед собою завдання всебічного вивчення специфіки відносин між членами початкового осередку людського суспільства.

Соціальна психологія особистості – вивчає людину, включену до різних громадських та міжособистісних відносин.

Психологія мас - вивчає особливості поведінки людини в натовпі. в умовах паніки та страху, психологічні особливості функціонування слухів та міфів., масових комунікаційних процесів, реклами і т.д.

Конфліктологія – націлена на дослідження психологічної специфіки і зміст різних конфліктів і виявлення найбільш ефективних шляхів їх вирішення.

Лекція 2. Невербальні засоби спілкування (5 ч.)

Питання №1 Невербальний канал комунікації.

Питання № 2. Функції невербального каналу комунікації.

Питання №3 Класифікації невербальних засобів спілкування.

Питання № 4. Кінестичні засоби спілкування.

4.1. Міміка як засіб спілкування.

4.2. Поза як засіб спілкування.

4.3. Жести як засіб спілкування.

4.4. Хода як засіб спілкування.

Питання № 5. Просодика і екстралінгвістика як різновиди спілкування.

Питання № 6. Такесичні і проксемічні засоби спілкування

Питання №1 Невербальний канал комунікації.

Жести, міміка, пози, одяг, зачіски, навіть предмети, що оточують нас (наприклад, обстановка в кімнаті), прикраси, які ми носимо, які сорти чаю або кави воліємо, як проводимо вільний час, - все це також є певний вид повідомлень, який отримав назву «невербальні повідомлення» (англ. non-verbal - без використання слів, несловесний).

Невербальні повідомлення можуть бути закодовані за допомогою:

- 1) виразних рухів тіла - так зване експресивна поведінка лич ності (міміка, жести, пози);
- 2) звукового оформлення мови (висота, гучність, швидкість, ритмічність);
- 3) певним чином організованої мікросередовища, що оточує людину (тобто того простору, яке індивід може контролювати: від обстановки квартири до відстані, на якому він вважає за краще говорити зі співрозмовником);
- 4) використання матеріальних предметів, що мають символічне значення (наприклад, букет до дня народження; опущеними штора на вікні як умовний знак, що заходити небезпечно).

Невербальна комунікація є обмін невербальними повідомленнями між людьми, а також їх інтерпретацію.

На перший погляд може здатися, що невербальні засоби не такі важливі, як словесні. Але це далеко не так. А. Піз в своїй книзі "Мова рухів тіла" наводить дані, отримані А. Мейерабіаном, згідно з якими передача інформації відбувається за рахунок вербальних засобів (тільки слів) на 7%, звукових засобів (включаючи тон голосу, інтонації) - на 38%, а за рахунок невербальних засобів - на 55%.

До таких же висновків дійшов і професор Бердвіссл, який встановив, що словесне спілкування у розмові займає менш 35%, а більше 65% інформації передається за допомогою невербальних засобів.

Між вербальними і невербальними засобами спілкування існує своєрідний розподіл функцій: по словесному каналу передається чиста інформація, а по невербальному - відношення до партнера по спілкуванню.

Питання № 2. Функції невербального каналу комунікації.

Виділяють кілька функцій, які невербальні повідомлення виконують при взаємодії з вербальними. Це функції:

1. Доповнення означає, що невербальні повідомлення роблять мову більш виразною, уточнюють і прояснюють її зміст. Якщо ви обіймаєте одного в той момент, коли говорите йому, що дуже раді його бачити, обійми служать доповненням до вашого мовного повідомлення. Мову можна точніше зрозуміти і краще запам'ятати, якщо вона дублюється жестами.

2. Спростування означає, що невербальне повідомлення суперечить вербальному. Саме тому, що невербальна поведінка в значній мірі спонтанно, менше контролюється свідомістю, вона може спростовувати сказане. В процесі спілкування не потрібно забувати про конгурентності, тобто збігу невербального каналу і мовних висловлювань. Мовні висловлювання та жести, що їх супроводжують, повинні збігатися. Протиріччя між жестами і сенсом висловлювань є сигналом брехні.

3. Заміщення означає використання невербального повідомлення замість вербального. (Наприклад, в галасливій аудиторії ви жестами повідомляєте приятелю, який знаходиться далеко від вас, що потрібно вийти поговорити).

4. Регулювання означає використання невербальних знаків для координації взаємодії між людьми.

Невербальна поведінка людини нерозривно пов'язана з його психічними станами і служить засобом їх вираження. В процесі спілкування невербальна поведінка виступає об'єктом тлумачення не сама по собі, а як показник прихованих для безпосереднього

спостереження індивідуально-психологічних і соціально-психологічних характеристик особистості. На основі невербальної поведінки розкривається внутрішній світ особистості, здійснюється формування психічного змісту спілкування та спільної діяльності. Люди досить швидко навчаються пристосовувати свою вербальну поведінку до обставин, що змінюються, але мова тіла виявляється менш пластичною.

Слід зазначити, що невербальна поведінка особистості поліфункціонально:

- створює образ партнера по спілкуванню;
- висловлює взаємини партнерів по спілкуванню;
- є індикатором актуальних психічних станів особистості;
- виступає в ролі уточнення, зміни розуміння вербального повідомлення, підсилює емоційну насиченість сказаного;
- виступає в якості показника статусно-рольових відносин.

Питання № 3 Класифікації невербальних засобів спілкування

У соціально-психологічних дослідженнях розроблені різні класифікації невербальних засобів спілкування, до яких відносять всі рухи тіла, інтонаційні характеристики голосу, тактильний вплив, просторову організацію спілкування.

Невербальні засоби спілкування

<i>Кінестика</i>	<i>Просодика екстралінгвістика</i>	<i>и Такесика</i>	<i>Проксеміка</i>
Міміка	Інтонація		
	Гучність		
Візуальний контакт (погляд)	Тембр	Рукоштовання	
Поза	Пауза	Поцілунок	Орієнтування
Жест	Подих	Поплескування	Дистанція
Хода	Сміх		
	Плач		
	Кашель		

Питання № 4. Кінестичні засоби спілкування.

4.1. Міміка як засіб спілкування.

Найбільш значущі невербальні засоби - кінестичні - зорово сприймаються рухи іншої людини, яка виконує виразно-регулятивну функцію у спілкуванні. До них відносяться виразні рухи, що проявляються в позі, місці, погляді, ході.

Особлива роль в передачі інформації відводиться міміці - рухам м'язів обличчя. Дослідження, наприклад, показали, що при нерухомому або невидимому особі лектора втрачається до 10-15% інформації. Головною характеристикою міміки є її цілісність і динамічність. Це означає, що в мімічному вираженні шести основних емоційних станів (гніву, радості, страху, страждання, подиву і відрази) всі рухи м'язів обличчя скоординовані.

Дослідження психологів показали, що всі люди незалежно від національності і культури, в якій вони виростили, з достатньою точністю і узгодженістю інтерпретують ці мімічні конфігурації як вираження відповідних емоцій. Основну інформативне навантаження несуть брови і губи.

(Так, випробувані пред'являлися малюнки осіб, де варіювалися тільки положення брів і губ. Узгодженість оцінок випробовуваних була дуже велика - впізнання емоцій було

майже стовідсотковим. Найкраще орієнтуються емоції радості, подиву, відрази, гніву, складніше - емоції печалі і страху.)

З мімікою дуже тісно пов'язаний погляд, чи візуальний контакт. Спілкуючись, люди прагнуть до взаємності і відчують дискомфорт, якщо міміка відсутня. Американськими психологами Р. Екслейн і Л. Вінтерс було доведено, що погляд пов'язаний з процесом формування висловлювання і трудністю цього процесу. Коли людина тільки формує думку, він найчастіше дивиться в бік ("в простір"), коли думка повністю готова, - на співрозмовника. Якщо мова йде про складні речі, на співрозмовника дивляться менше, коли труднощі долаються, - більше. Взагалі ж той, хто в даний момент говорить, менше дивиться на партнера - тільки щоб перевірити його реакцію і зацікавленість. Хто слухає ж більше дивиться в бік мовця і "посилає" йому сигнали зворотного зв'язку.

Візуальний контакт свідчить про схильності до спілкування. Можна сказати, що якщо на нас дивляться мало, то ми маємо всі підстави вважати, що до нас або до того, що ми говоримо і робимо, відносяться погано, а якщо занадто багато, то це або рід виклику нам, або хороше до нас відношення.

За допомогою очей передаються найточніші сигнали про стан людини, оскільки розширення і звуження зіниць не піддається свідомому контролю. При постійному освітленні зіниці можуть розширюватися або звужуватися в залежності від настрою. Якщо людина збуджена чи зацікавлена чимось або знаходиться в піднесеному настрої, її зіниці розширюються в чотири рази проти нормального стану. Навпаки, сердитий, похмурий настрій змушує зіниці звужуватися. Таким чином, не тільки експресія лицьова несе інформацію про людину, але і її погляд. Хоча особа, на загальну думку, є головним джерелом інформації про психологічні стани людини, воно в багатьох ситуаціях набагато менш інформативно, ніж його тіло, оскільки мімічні вирази обличчя свідомо контролюються у багато разів краще, ніж рухи тіла.

При певних обставинах, коли людина, наприклад, хоче приховати свої почуття або передає завідома неправдиву інформацію, особа стає малоінформативною, а тіло - головним джерелом інформації для партнера. Тому в спілкуванні важливо знати, яку інформацію можна отримати, якщо перенести фокус спостереження з обличчя людини на його тіло і його рух, так як жести, пози, стиль експресивної поведінки містять дуже багато інформації.

4.2. Пози як засіб спілкування.

Поза - це положення людського тіла, типове для даної культури, елементарна одиниця просторової поведінки людини. Загальна кількість різних стійких положень, які здатні прийняти людське тіло, близько 1000. З них в силу культурної традиції кожного народу деякі пози забороняються, а інші - закріплюються (ноги на столі - американський варіант). Поза наочно показує, як дана людина сприймає свій статус по відношенню до статусу інших присутніх осіб. Особи з більш високим статусом приймають більш невимушені пози, ніж їх підлеглі.

Одним з перших вказав на роль пози як одного з невербальних засобів спілкування психолог А.Шефлен. У подальших дослідженнях, проведених В. Шюбцем, було виявлено, що головний смисловий зміст пози полягає в розміщенні індивідом свого тіла по відношенню до співрозмовника. Це розміщення свідчить або про закритість, або про схильності до спілкування.

Доведено, що "закриті" пози (коли людина якимось намагається закрити передню частину тіла і зайняти якомога менше місця в просторі; "наполеонівська" поза стоячи: руки, схрещені на грудях, і сидячи: обидві руки упираються в підборіддя і т. п.) сприймаються як пози недовір'я, незгоди, протидії, критики. "Відкриті" ж пози (стоячи: руки розкриті долонями вгору, сидячи: руки розкинуті, ноги витягнуті) сприймаються як пози довіри, згоди, доброзичливості, психологічного комфорту.

Ясно читаються пози роздуми (поза роденівського мислителя), пози критичної оцінки (рука під підборіддям, вказівний палець витягнутий до скроні). Відомо, що якщо людина

зацікавлена в спілкуванні, вона буде орієнтуватися на співрозмовника і нахилитися в його сторону, якщо не дуже зацікавлена, навпаки, орієнтуватися в сторону і відкидатися назад. Людина, що бажає заявити про себе, "поставити себе", буде стояти прямо, в напруженому стані, з прямою спиною, іноді впершись руками в стегна; людина ж, якому не потрібно підкреслювати свій статус і положення, буде розслабленою, спокійною, перебувати в вільній невимушеній позі.

Практично всі люди вміють добре "читати" пози, хоча, звичайно, далеко не завжди розуміють, як вони це роблять.

4.3. Жести як засіб спілкування.

Перш за все, важлива кількість жестикуляції. Якби не відрізнялися різні культури, скрізь разом із зростанням емоційної збудженості людини, її схвильованості зростає інтенсивність жестикуляції, як і при бажанні досягти більш повного розуміння між партнерами, особливо якщо воно чомусь затrudнене.

Впевненість

«Шпіль» - спеціальний жест, при якому ви поєднуєте кінчики пальців пірамідою, кут якого спрямований вгору.

Його, як правило, використовують люди, впевнені в собі, своїх знаннях, позиції і демонструють деяку перевагу.

Цей знак дає позитивний ефект, але може бути сприйнятий і негативно, якщо в цей же час ви закинули голову назад.

Співрозмовник прочитає вашу невербалику як демонстрацію самовдоволення і зарозумілості.

Відкритість

По-перше, руки повинні бути на виду - тобто не під столом, не за спиною, не в кишенях, оскільки спроба сховати долоні відразу сприймається як бажання що-небудь приховати.

Краще, якщо ваші руки будуть лежати відкрито на колінах або на столі, щоб співрозмовник міг їх бачити.

По-друге, жестикулюючи, намагайтеся, щоб долоні були повернені до співрозмовника, як би показуючи йому вашу відкритість і кажучи «дозвольте мені бути щирим».

Про ступінь щирості можна судити по тому, наскільки відкриті долоні.

Знак цей несвідомий, але у вас буде перевага, якщо своєю жестикуляцією ви будете керувати усвідомлено.

Відкритий живіт, руки за спиною

Жести, які краще не використовувати

Обман і нечесність

Найяскравіший жест, який видасть вашу нечесність - **долоня, що прикриває рот**.

Вона може бути стиснута в кулак повністю або частково, але значення від цього не змінюється.

Цей жест, стверджують психологи Алан і Барбара Піз, родом з дитинства, коли дитина, невміло намагаючись обдурити старших або однолітків, прикриває рот долонею.

Таким чином мозок ніби дає команду не пускати брехливі слова.

Деякі при використанні цього жесту удавано покашлюють і при цьому прикривають рот - але це тільки наївна спроба замаскувати істину.

Якщо ваш співрозмовник слухає вас і при цьому його рука закриває рот, то можливо, він не згоден з вами або підозрює вас в нечесності.

В такому випадку краще спрацювати на випередження і запитати, чи згоден він з вами і чи є у нього своя думка з цього приводу.

Агресивність і власність



Намагайтеся уникати вказівних жестів. Наприклад, долоня стиснута в кулак, вказівний палець витягнутий, - такий сигнал називають «вказівним перстом».

Пояснюючи або доводячи співрозмовнику щось, намагайтеся не використовувати цей жест, тому що зовсім виразно він залишить негативне відчуття у співрозмовника.

Психологи вважають, що він викликає роздратування, - адже підсвідомо в людини складається враження, що йому вказують, його пригнічують, а ви ведете себе агресивно.

Закритість

Сигналом закритості може бути знак, при якому людина просто склав руки на грудях, обхопивши долонями лікті.

Видати невпевненість в собі можна, лише засунувши руку або обидві руки в кишені.

Якщо ваш співрозмовник стискає долоню в кулак, то він, можливо, в цей момент над чимось сконцентрований або намагається впоратися з хвилюванням. Ваш жест він зрозуміє, швидше за все, саме так.

Також стиснутий кулак може бути і жестом, що видає прагнення до самоствердження. Подумайте, чи потрібно вам видавати таку інформацію про себе чи ні.



Брехня чи правда

№	<i>Ознаки брехливості</i>	<i>Ознаки правдивості</i>
1	Прикривання повне або часткове області рота долонею, пальцями.	Повернені вгору, розкриті співрозмовнику долоні. Пальці розставлені.
2	Дотик пальцями до носа, куточках губ, щоки.	Прямий погляд не нижче рівня очей співрозмовника.
3	Ховання рук за спиною, в кишенях.	Нахил корпусу вперед в сторону себе седніка.
4	Перетин рук на грудях, на животі, за спиною.	Розірвані руки, вільні жести.
5	Удаване покашлювання.	Знімання окулярів при розмові, жестикуляція ними.
6	Відведення погляду в сторону (в підлогу - чоловіки; в стелю - жінки).	Скорочення відстані і кута між партнерами (зайняття положення навпроти)
7	Потирання пальцем повіки, брови.	Часта доброзичлива усмішка.
8	Натягнута посмішка, зціплені зуби.	Злегка розведені руки і ноги, голова прямо, плечі вільно опущені.
9	Відтягування, поправлення комірця.	Розстебнутий піджак, нога висунута в сторону партнера, долоні протягнуті вперед до співрозмовника.
10	Потирання долонею шиї нижче потилиці.	Прикладання розкритої долоні в області серця.
11	Співрозмовник менше 1/3 часу спілкування дивиться партнеру в очі,	Відсутність жестів з лівої графі.

	часто відводить погляд.	
12	Перебільшена жестикуляція або її повна відсутність (руки міцно стискають підлокітники крісла).,	

ДОВІРА – НЕДОВІРА

№	Ознаки довіри	Ознаки недовіри
1	Рука що стоїть на лікті підпирає щоку, але не підборіддя.	Зчеплення пальців рук.
2	Нахил вперед до співрозмовника, розімкнуті руки.	Схрещення рук на грудях або затискання долонь схрещених рук під пахвами.
3	Одна нога злегка відставлена назад, інша - трохи попереду, носок її вказує на співрозмовника.	Прикриття області рота долонею, пальцями.
4	Стверджуючі кивки головою.	Дотик пальцем до носа, куточків губ.
5	Нахил голови набік.	Потирання або дотику до вуха, потягування мочки вуха.
6	Прямий погляд не нижче рівня підборіддя.	Чухання бічної поверхні шиї (нижче вуха).
7	Зацікавлений погляд скосу, підняті брови, розширені зіниці, легка усмішка.	Підпирання долонею підборіддя.
8	Співрозмовник копіює позу партнера.	Закидання ноги на ногу.
9	Скорочення кута між корпусами партнерів, розворот один до одного.	Великий палець підпирає або потирає підборіддя, вказівний на щоці спрямований до скроні.
10	У тих, хто сидить поруч схрещені в колінах ноги спрямовані один до одного.	Притиснуті один до одного щиколотки ніг.
11	Схвальна посмішка.	Збирання неіснуючих ворсинок з одягу.
12	Для жінок: поправлення зачісок, демонстрація внутрішніх поверхонь зап'ясть.	Негативні похитування головою. нахил голови вниз.
13		Погляд скоса з насупленими бровами і опущеними куточками губ.
14		Прикриті повіки, відкинута голова, довгий погляд не моргаючи (погляд зверхньо).
15		Погляд поєрх окулярів
16		Зверхрозкута поза (ноги на столі, на ручці крісла).
17		Крива усмішка, натягнута усмішка.
18		Відвернення від співрозмовника, займання "стартової позиції" (готовність піти)

4.4. Хо́да як засіб спілкування.

Хо́да людини - це стиль пересування, по якому досить легко можна розпізнати її емоційний стан. Так, в дослідженнях психологів випробовувані з великою точністю впізнавали по ході такі емоції, як гнів, страждання, гордість, щастя. Причому, виявилось,

що найважча хода при гніві, сама легка - при радості, в'яла, пригнічена хода - при стражданнях, найбільша довжина кроку - при гордості.

З спробами знайти зв'язок між ходом та якістю особистості справа йде складніше. Висновки про те, що може виражати хода, робляться на основі зіставлення фізичних характеристик ходи і якостей особистості, виявлених за допомогою тестів.

№ 5. Просодика і екстралінгвістика як різновид спілкування.

Характеристики голосу відносять до просодичних і екстралінгвістичних явищ.

Просодика - це загальна назва таких ритміко-інтонаційних сторін мови, як висота, гучність голосового тону, тембр голосу, сила наголосу.

Екстралінгвістична система - це включення в мову пауз, а також різного роду психофізіологічних проявів людини: плачу, кашлю, сміху, зітхання і т.д.

Просодичними і екстралінгвістичними засобами регулюється потік мови, економляться мовні засоби спілкування, вони доповнюють, заміняють і передбачають мовні висловлювання, висловлюють емоційні стани. Ентузіазм, радість і недовіра звичайно передаються високим голосом, горе, печаль, втома зазвичай передаються м'яким і приглушеним голосом з пониженням інтонації до кінця фрази. Швидкість мови також відображає почуття: швидка мова - схвильованість або стурбованість; повільна мова свідчить про пригноблений стан, горе, зарозумілість чи втому.

Отже, потрібно вміти не тільки слухати, а й чути інтонаційний лад мови, оцінювати силу і тон голосу, швидкість мовлення, які практично дозволяють виражати наші почуття, думки, вольові устремління не тільки поряд зі словом, а й крім нього, а іноді і всупереч йому.

Добре підготовлена людина може по голосу визначити, який рух відбувається в момент виголошення тієї чи іншої фрази, і навпаки, спостерігаючи за жестами в ході промови, можна визначити, яким голосом говорить чоловік. Тому не потрібно забувати, що іноді жести і рухи можуть суперечити тому, що повідомляє голос. Отже, необхідно контролювати даний процес і синхронізувати його.

Питання № 6. Такесичні і проксемічні засоби спілкування.

До **Такесичних засобів** спілкування відносяться динамічні дотики в формі рукостискання, поплескування, поцілунку. Доведено, що динамічні дотики є біологічно необхідною формою стимуляції, а не просто сентиментальною подробицею людського спілкування («Комплекс пожсавлення» у двомісячних немовлят). Використання людиною в спілкуванні динамічних дотиків визначається багатьма факторами. Серед них особливу силу мають статус партнерів, вік, стать, ступінь їх знайомства.

Рукостискання, наприклад, діляться на три типи: домінуюче (рука зверху, долоня розгорнена вниз), покірне (рука знизу, долоня розгорнута вгору) і рівноправне.

Такий Такесичний елемент, як поплескування по плечу, можливий за умови близьких відносин, рівності соціального стану людей, що спілкуються.

Такесичні засоби спілкування в більшій мірі, ніж інші невербальні засоби, виконують в спілкуванні функції індикатора статусно - рольових відносин, символу ступеня наближеності які спілкуються. Неадекватне використання особистістю Такесичних засобів може призвести до конфліктів в спілкуванні.

Спілкування завжди просторово організоване. Одним з перших просторову структуру спілкування став вивчати американський антрополог Е. Холл, який ввів сам термін "**проксеміка**", дослівний переклад якого означає "близькість". До проксемічних характеристик відносяться орієнтація партнерів в момент спілкування і дистанція між ними. На проксемічні характеристики спілкування прямий вплив надають культурні та національні чинники.

А). Е. Холл описав норми наближення людини до людини - дистанції, характерні для північноамериканської культури. Ці норми визначені чотирма відстанями:

- інтимна відстань (від 0 до 45 см) - спілкування самих близьких людей;
- особистісна (від 45 до 120 см) - спілкування зі знайомими людьми;

-соціальна (від 120 до 400 см) - переважно при спілкуванні з чужими людьми і при офіційному спілкуванні;

-публічна (від 400 до 750 см) - при виступі перед різними аудиторіями

Порушення оптимальної дистанції спілкування сприймається негативно.

Б) Орієнтація і кут спілкування - проксемічні компоненти невербальної системи. Орієнтація, що виражається в повороті тіла і носка ноги в напрямку партнера чи в сторону від нього, сигналізує про напруження думок.

Позиції сторін, що спілкуються за столом визначаються характером спілкування:

-Якщо спілкування носить соперніческіе або оборонний характер, то люди сідають навпроти;

-При звичайної дружньої бесіди - займають кутову позицію;

-При кооперативній поведінці - займають позицію ділової взаємодії з одного боку столу; незалежна позиція виражається в розташуванні по

Л 3. Атракція як механізм соціальної перцепції (2 ч.)

Питання № 1. Поняття «атракції». Її зовнішні фактори.

Питання № 2. Внутрішні чинники атракції.

Питання № 1. Поняття «атракції». Її зовнішні фактори.

Люди не просто сприймають один одного, але формують один до одного певні відносини. На основі зроблених оцінок народжується різноманітна гама почуттів - від неприйняття тієї чи іншої людини до симпатії або любові до неї.

Атракція як механізм міжособистісного сприйняття являє собою пізнання іншої людини, засноване на формуванні стійкого позитивного почуття до нього. У цьому випадку розуміння партнера по взаємодії виникає завдяки появі прихильності до нього, дружнього або більш глибокого інтимно-особистісного ставлення. Процес переваги одних людей іншим, взаємного тяжіння між людьми, взаємної симпатії називається «міжособистісної атракцією».

Серед факторів, що роблять найбільший вплив на процес міжособистісної атракції, можна виділити зовнішні по відношенню до процесу безпосереднього міжособистісного взаємодії (іноді їх називають екологічними) і внутрішні. тобто ті, що виникають у процесі взаємодії, або власне міжособистісні детермінанти атракції.

Зовнішні фактори атракції:

1. Ступінь вираженості потреби в афіліації - це потреба створювати й підтримувати задовільні відносини з іншими людьми, бажання подобатися, привертати увагу, відчувати себе цінною і значущою особистістю. Людина зі слабо вираженою потребою в афіліації справляє враження нетовариські, избегаючого людей.

2. Емоційний стан - розглядається як зовнішній фактор атракції якщо гарний настрій людини поширюється на все навколо, включаючи оточуючих людей. Цей стан можна описати словами: «сьогодні мені всі подобаються», незалежно від того, зробили ці люди щось хороше чи ні.

3. Просторова близькість - «за інших рівних умов, чим ближче просторово знаходяться люди один до одного тим імовірніше їх взаємна привабливість ». Приказка «з очей геть, із серця - геть» багато в чому вказує на складність підтримання спілкування на відстані. Просторова близькість виступає фактором атракції насамперед тому, що люди, що живуть неподалік, знаходяться водному середовищі (соціальної, економічної, побутової), користуються подібною соціальною інфраструктурою. В результаті мають загальну інформацію, загальні проблеми, що сприяє їх соціальних контактів і навіть взаємодопомоги.

Питання № 2. Внутрішні чинники атракції.

1. Фізична привабливість. Існує ряд гіпотез, що пояснюють наявність зв'язку між зовнішньою красою і атракцією.

1. Краса є позитивним підкріпленням: нам приємно бачити гарне.
2. Гарні люди можуть бути більш комунікабельними, що пояснюється різними умовами соціалізації красивих і некрасивих людей.
3. Популярність гарних людей може бути викликана певними вигодами спілкування з ними. Гарний чоловік як би підвищує рівень фізичної привабливості свого партнера.
4. Дія ефекту ореола «гарний» означає хороший»: люди схильні асоціювати красу позитивними особистісними характеристиками, а негарність - з негативними.

Дія фактора привабливості при сприйнятті людини заключається в тому, що під його впливом якісь якості людини переоцінюються чи недооцінюються іншими людьми. Помилка тут у тому, що якщо людина нам подобається (зовні), то одночасно ми схильні вважати його більш розумним, добрим, цікавим і т.д., тобто знову-таки переоцінювати багато його особистісні характеристики.

Наприклад, в експерименті вчителям були запропоновані для оцінки "особисті справи" учнів і ставилося завдання визначити рівень інтелекту, плани на майбутнє, відносини з однолітками. Секрет експерименту полягав в тому, що для оцінки давалося одна і та ж справа, але з різними фотографіями - гарних і негарних дітей. Гарні діти отримали вищу оцінку своїх можливостей.

Ці дані підтвержені і в експерименті американського психолога А. Міллера, який, застосувавши метод експертних оцінок, відібрав фотографії людей гарних, "звичайних" і негарних. Потім він показав ці фотографії випробуванім. В їх оцінці гарні перевершували негарних за всіма параметрами.

Чим більше зовні привабливий для нас людина, тим він здається краще у всіх інших відносинах; якщо ж він непривабливий, то й інші його якості не дооцінюються.

Зв'язок між фізичною привабливістю і атракцією знаходиться в складних, опосередкованих іншими змінними залежностях. Деякі соціальні психологи стверджують, що в основі переваги гарних або непривабливих лежить не стільки прагнення людини вибрати в якості партнера по спілкуванню самого красивою, скільки прогноз його реакцій на себе. У випадку, коли людина впевнена в собі, він вибирає найбільш гарного з можливих претендентів.

Більш високий рівень привабливості не забезпечує стабільного успіху в довгострокових відносинах: вплив зовнішньої привабливості звичайно більш високий на початку знайомства і знижується в міру того, як ми дізнаємося про інші риси цієї людини. Фізична привабливості в сім'ї не впливає на взаємини і стабільність шлюбу.

2. Стиль спілкування - манера поведінки. В одному дослідженні піддослідні описували риси людини, якого вони не люблять. В отриманих описах були виділені наступні три групи певних якостей:

1. Самозакоханість, високомірність, самовдоволення, марнославство. З такою людиною неприємно мати справу, тому що він більше думає про себе, ніж про будь-кого ще.
2. Догматичність, постійна схильність не погоджуватися, суперечити своєму співрозмовнику. Таку людину менше цікавлять почуття і погляди інших людей, ніж бажання проявити свою волю над ними.
3. Лукавість, нещирість: в спілкуванні з такою людиною виникає відчуття небезпеки.

3. Подібність. Нам подобаються і ми скоріше подобаємося людям, які схожі на нас, і навпаки, нам не подобаються і ми не подобаємося людям, що відрізняється від нас. В основі цього твердження лежить принцип когнітивної відповідності: люди мають сильно виражену потребу в узгодженості, послідовності. Соціальні установки, вірування, почуття, цінності людини взаємопов'язані, і він намагається підтримувати їх в узгодженості або створити її, якщо вона втрачена. Однією з найбільш відомих теорій, що застосовує цей принцип, є теорія комунікативних актів: «Міжособистісна комунікація - це один із способів, за допомогою якого ми намагаємося підтримувати стан когнітивного балансу

або симетрії. Найпростіший акт комунікації може бути представлений як ситуація, в якій одна людина (А) повідомляє інформацію іншій людині (Б) щодо якогось предмета (Х). Якщо А і Б мають подібні погляди щодо Х. Їх відносини симетричні. Якщо ж погляди і почуття розходяться, їх відносини асиметричні. Іншими словами, люди, які мають схожі орієнтації та соціальні установки, відчувають взаємну привабливість.

Що робить симетричні відносини настільки бажаними? По-перше, чим вище рівень згоди, тим легше передбачити поведінку іншої людини. По-друге, чим більше схожі установки А і Б. тим сильніше відчуття реальності і значимості їхніх поглядів, що є важливою умовою позитивної Я-концепції, джерелом підтримання впевненості в собі. Напруга, викликана розбіжністю поглядів, створює дискомфорт, від якого людина намагається позбутися шляхом узгодження своєї поведінки з поведінкою іншої людини. Ця базова мотивація отримала назву «потреба в консенсусі»; вона виявляється в тому, що люди намагаються надати силу і значимість своїм поглядам шляхом їх узгодження з іншими людьми.

Наявність у людей в чомусь схожих поглядів ще не є достатньою умовою для передбачення їх взаємної привабливості. Деякі фактори посилюють вплив подібності на атракцію. Серед них:

- Число питань, по яких люди досягають згоди; (навіть з найближчими друзями ми згодні не з усіх питань. Та все ж саме з друзями число тим, у відношенні яких ми досягаємо згоди, істотно вище, ніж з людьми, яких ми не любимо).
- Важливість, значущість тих чи інших поглядів (деякі погляди займають центральне місце в нашому світогляді, вони більш стійкі, їх важко змінити, навіть якщо це вимагається для досягнення симетричних відносин). Тому згода по важливим світоглядним питанням часто є принциповим моментом у встановленні відносин.
- Взаємність (від того, чи відчуваємо ми, що той, хто нам подобається, переживає ті ж почуття до нас, що ця людина до нас не байдужий, багато в чому залежить стане чи наше захоплення сильніше). Знання того, що ми подобаємося іншій людині, виявляється своєрідною нагородою, підвищує самооцінку.

4. Додатковість. Теорію, що підкреслює відмінності, а не подібність між людьми як основу міжособистісної атракції, запропонував американський психолог Р.Вінч, назвавши її теорією додаткових потреб. Її основне положення можна сформулювати наступним чином: при відборі шлюбних-партнерів і навіть друзів ми частіше вибираємо тих, хто задовольняє наші потреби, а максимальне задоволення має місце тоді, коли дві людини мають скоріше доповнювати, а не подібні потреби.

5. Підтримка. Найважливішою внутрішньою детермінантою атракції є вираження особистого ставлення до партнера в ході спілкування. Ми з більшою ймовірністю будемо позитивно ставитися до людей, які нас хвалять, люблять, співпрацюють з нами. Підтримуючий стиль поведінки можна визначити як будь-яка поведінка, в результаті якого інша людина починає більше себе цінувати.

Наступні види повідомлень сприймаються як підтримка:

- Звернення до партнера по імені: ім'я символізує особистість людини, відповідно, таке звернення демонструє увагу до даної особистості;
- Компліменти, тобто похвала, що містить невелике перебільшення. позитивних якостей того, кому робиться комплімент;
- Пряме визнання: з співрозмовником погоджуються і прямо повідомляють йому про це, що проявляється у підтримці розмови:

Вираження позитивних почуттів, при якому слухає повідомляє (невербально або вербально) про позитивних емоціях, викликаних тим, що було сказано.

Лекція 4. Атрибуція як механізм соціального сприйняття (2 год)

Питання № 1. Поняття атрибуції. Питання

№ 2. Помилки атрибуції

Питання № 1. Поняття атрибуції.

Атрибуцією (від англ. Attribute - приписувати, наділяти) називається приписування людині характеристик, які не представлено в полі зору суб'єктом сприймання. Атрибуція - механізм інтерпретації вчинків і почуттів іншої людини, прагнення до з'ясування причин поведінки суб'єкта. Пізнаючи один одного, люди не обмежуються отриманням зовні спостережуваних відомостей, а прагнуть до з'ясування причин поведінки і висновків, що стосуються особистісних якостей об'єкта. Прагнення до з'ясування причин поведінки і особистісних рис партнера обумовлено великою потребою в прогнозуванні його поведінки. Ми не просто прагнемо знати, як інші себе поведуть. Ми прагнемо зрозуміти. ЧОМУ вони так вчиняють. Знання причин поведінки інших людей дозволяє зрозуміти сенс соціального світу.

Оскільки поведінка людей визначається безліччю причин, ми ділимо їх на:

- > Внутрішні (особистісні особливості, мотиви) - «диспозиційні». Н-р, низька оцінка на іспиті, тому що я погано підготувався;
- > Зовнішні (обставини) «ситуативні». Н-р. низька оцінка, тому що важкий предмет;
- > Комбіновані.

Дослідження показують, що в кожній людині є свої «улюблені» **схеми причинності**, тобто звичні пояснення чужої поведінки:

- 1) люди з **особистісною атрибуцією** в будь-якій ситуації схильні знаходити винуватця того, що сталося, приписувати причину події конкретній людині;
- 2) у разі пристрасті до **обставинам атрибуції** люди схильні насамперед звинувачувати обставини, не обтяжуючи себе пошуками конкретного винуватця;
- 3) при **стимульній атрибуції** людина бачить причину того, що сталося в предметі, на який було спрямовано дію (ваза впала тому, що погано стояла), або в самому постраждалому (сам винен, що потрапив під машину).

При вивченні процесу атрибуції виявлено різні закономірності.

Наприклад, причину успіху люди найчастіше приписують собі, а невдачі - обставинами. Характер приписування залежить також і від міри участі людини в обговорювану подію. Оцінка буде різною у випадках, якщо він був учасником (співучасником) або спостерігачем. Загальна закономірність полягає в тому, що по мірі зростання значущості того, що сталося, випробовувані схильні переходити від обставини і стимульної атрибуції до особистісної (тобто шукати причину того, що сталося в усвідомлених діях особистості).

Питання № 2. Помилки атрибуції

1. **Помилка відповідності** - схильність пояснювати дії інших людей як відповідні їх характером навіть при наявності ситуативних причин (Як ми охарактеризуємо людину який: запізнився, на лекцію, штовхнув парту однокурсника, ненавмисно висипав усе з портфеля, в цей момент зрозумів, що у нього немає ручки? Неорганізований. А може в нього були такі обставини?) Інтерпретуючи чийсь поведінку, ми недооцінюємо вплив ситуації і переоцінюємо роль індивідуальних особливостей і установок. Тобто ми схильні сприймати поведінку людей, виходячи з того, яким «Типом людини» вони є, а не у відповідності з тими зовнішніми факторами, які могли вплинути на їх поведінку. Те, що подібна недооцінка ситуації, названа Лі Россом **фундаментальною помилкою атрибуції**, дійсно має місце, багаторазово доведено різними експериментами.

2. **Помилка «діяч - спостерігач»** - схильність приписувати причини власної поведінки ситуативним чинникам, а причини поведінки інших людей - диспозиційним (внутрішнім). (Н-р. Коли ми бачимо, як людина падає, ми зазвичай приписуємо це подія його недолугості, а якщо падаємо самі - приписуємо ожеледі, незручного взуття). Пояснення цієї помилки: ми по-різному сприймаємо власну поведінку і поведінку оточуючих. Коли ми самі діємо, нашою увагою управляє навколишня обстановка. Коли ж ми спостерігаємо за діями інших людей, в центрі нашої уваги опиняються саме вони, ці «дійові особи», а

ситуація стає відносно невидимою. Провівши аналогію зі сприйняттям «фігура-фон», можна сказати, що здійснює ту чи іншу дію людина це фігура, що виділяється на тлі навколишньої її обстановці. Тому він і сприймається як причина всього, що відбувається.

3. **Помилка самовиправдання** - тенденція приписувати наші власні позитивні результати внутрішніми причинами, а негативні - зовнішнім чинникам. У результаті помилки самовиправдання багато людей сприймають власні негативні дії як обґрунтовані і прості, а подібні дії з боку інших - як нераціональні і не заслуговують прохання.

Фактори, що впливають на точність міжособистісного сприйняття.

1. Особливості суб'єкта сприйняття: одні люди схильні більшою мірою в процесі міжособистісного сприйняття фіксувати фізичні риси, і тоді «сфера» приписування значно скорочується, інші сприймають переважно психологічні характеристики оточуючих, і в цьому випадку відкривається особливий «простір» для приписування. Виявлено також залежність приписуваних характеристик від попередньої оцінки об'єктів сприйняття. В одному з експериментів реєструвалися оцінки двох груп дітей, що даються суб'єктом сприйняття. Одна група була складена з «улюблених», а інша - з «нелюбимих» дітей. Хоча «улюблені» (в даному випадку більш привабливі) діти робили (навмисно) помилки у виконанні завдання, а «нелюбимі» виконували його коректно, сприймаючий приписував позитивні оцінки «улюбленим», а негативні - «нелюбимим».

Це відповідає ідеї Ф. Хайдера, який свідомо ввів у соціальну психологію правомірність посилення на «найвну» психологію «людини з вулиці», тобто на міркування здорового глузду. Згідно Хайдер, людям взагалі властиво міркувати таким чином: «погана людина володіє поганими рисами», «хороша людина володіє хорошими рисами». Тому приписування причин поведінки і характеристик здійснюється по цій же моделі: «поганим» людям завжди приписуються погані вчинки, а «гарним» - гарні.

Поряд з цим в теоріях каузальної атрибуції приділяється увага і ідеї контрастних уявлень, коли «поганому» людині приписуються негативні риси, а сам сприймаючий оцінює себе по контрасту як носія самих позитивних рис. Такі експериментальні дослідження поставили надзвичайно важливе питання - про роль установки в процесі сприйняття людини людиною. Особливо значна ця роль при формуванні першого враження про незнайомій людині, що було виявлено в експериментах А.А. Бодалева.

Двом групам студентів була показана фотографія однієї і тієї ж людини. Але попередньо першій групі було повідомлено, що людина на пред'явленій фотографії є великим злочинцем, а другій групі було сказано, що він великий вчений. Після цього кожній групі було запропоновано скласти словесний портрет сфотографованої людини. У першому випадку були отримані відповідні характеристики: глибоко посаджені очі свідчили про приховану злобу, видатне підборіддя - про рішучість «йти до кінця» в злочині і т.д. Відповідно у другій групі ті леї глибоко посаджені очі говорили про глибину думки, а видатне підборіддя - про силу волі в подоланні труднощів на шляху пізнання і т.д.

Подібного роду дослідження намагаються знайти відповідь на питання про ролі характеристики сприймаючого в процесі міжособистісного сприйняття: які конкретно значимі характеристики, за яких обставин вони проявляються.

2. Характеристики об'єкта сприйняття - від них також значною мірою залежить успіх або неуспіх міжособистісної перцепції.

Лекція 5. Натовп і закономірності його поведінки (5 з.)

Мета: визначити що називається нападом, виховати навички запобігання та ліквідації масової паніки, розвинути уявлення студентів стосовно особливостей поведінки натовпу та людини в натовпі.

Завдання: навчитись розрізняти види натовпу, дослідити прийоми управління і маніпуляції натовпом, розуміти що є масовою панікою.

План:

Питання № 1. Поняття натовпу.

Питання № 2. Види натовпу.

Питання № 3. Особливості поведінки натовпу.

Питання № 4. Психологічні особливості поведінки людини в натовпі.

Питання № 5. Прийоми управління і маніпуляції натовпом.

Питання № 6. Масова паніка.

Питання № 7. Запобігання і ліквідація масової паніки.

Питання № 1. Поняття натовпу.

Питання № 2. Види натовпу.

Питання № 3. Особливості поведінки натовпу.

Питання № 4. Психологічні особливості поведінки людини в натовпі.

Питання № 5. Прийоми управління і маніпуляції натовпом.

Питання № 6. Масова паніка.

Питання № 7. Запобігання і ліквідація масової паніки.

Питання № 1. Поняття натовпу

Натовп – це численне скупчення людей, яке знаходиться в безпосередніх контактах один з одним і в стані підвищеного емоційного збудження, що характеризується початковим стихійним своїм утворенням і відсутністю загальної для всіх, усвідомленої мети.

Виявлено два основні механізми утворення натовпу: чутки і емоційне кружляння (синонім - циркулярна реакція).

Циркулярна реакція - це взаємне зараження, тобто передача емоційного стану на психофізіологічному рівні контакту між організмами.

- *(приклади: «танець святого Вітта» В XIV столітті Європу охопила «чорна смерть»*

епідемія чуми, що понесла більше 20 мільйонів життів. Основним способом лікування залишалися, як повелося, ревно молитва, покаєння, цілування хреста і скрупульозне відправлення всіх церковних обрядів. В розпал цього лиха настало свято Святого Вітта, яке завжди супроводжувалося масовими бенкетами і танцями. Особливо бурхливо свято відзначали в Італії. Виснажені люди, що зневірилися, напившись вина, починали ритмічно танцювати, доводили себе до істеричного стану і, вже не в силах зупинитися, падали замертво. Зловісна і заразлива веселість передавалася від одного міського району до іншого, від села до села, залишаючи за собою бездиханні людські тіла.

Цей жахливий епізод, зафіксований літописцями, отримав віддзеркалення в художній літературі (найбільш відома росіянам пушкінська п'єса «Бенкет під час чуми»), а також в сучасній психологічній і медичній термінології, де «танець Святого Вітта» означає відомий клінічний симптом.

Циркулювати може не лише веселість, але і, наприклад, нудьга (якщо хтось починає позіхати, таке ж бажання випробовують ті, що оточують), а також спочатку зловісні емоції: страх, лютість і так далі. Порівнюючи циркулярну реакцію з комунікацією, необхідно

відзначити, що при комунікації є та або інша міра взаємного розуміння, але кожен залишається самостійною особою. Емоційне кружляння, навпаки, стирає індивідуальні відмінності: індивід відчуває і поведінково реагує, «як все». Відбувається еволюційна регресія при якій актуалізуються нижчі примітивніші шари особи (приклад: у книзі «Революційний невроз» описаний випадок, коли натовп озвірілих бунтівників, розтерзавши тіло царедворця, з'їв його шматки).

У людини, охопленої емоційним кружлянням, підвищується сприйнятливість до імпульсів, джерело яких знаходиться усередині натовпу і одночасно знижується сприйнятливість до імпульсів ззовні.

Вірогідність виникнення циркулярної реакції зростає в періоди соціальної напруженості.

Циркулярна реакція, не завжди є негативним чинником - вона супроводжує будь-який масовий захід: перегляд спектаклю, фільму, мітинг, дружнє гуляння і ін.

Питання № 2. Види натовпу.

Виділяють чотири основні види натовпу:

- **оказіональний натовп** - скупчення людей, зібраних подивитися на несподіваний випадок. Схильність до утворення оказіональних натовпів залежить не лише від поточної соціально-політичної ситуації, але і від ряду історичних чинників (наприклад: негри, після відкриття «залізної завіси»; іноземки в міні-юбках у 60-х роках в Анкарі і ін.);
- **конвенціональний натовп** – збирається з приводу заздалегідь оголошеної події: футбольний матч, мітинг, концерт і так далі. В даному випадку переважає направлений інтерес і люди до певного часу (поки натовп зберігає якість конвенціональності) готові слідувати певним умовностям;
- **експресивний натовп** - що ритмічно виражає ту або іншу емоцію: радість, ентузіазм, обурення і так далі. У ряді випадків процес ритмічного вираження емоцій може набути особливо інтенсивної форми - масового екстазу і у даному випадку відбувається формування екстатичного натовпу.
- **Діючий натовп** - найбільш значимий політично і небезпечний вигляд стихійної поведінки. У її рамках можна виділити декілька підвидів:
 - агресивний натовп, емоційна домінанта якого лють і злість;
 - панічний натовп обійнятий жахом і прагнення уникнути реальної або уявної небезпеки;
 - користолюбний натовп - люди, що вступили в неорганізований конфлікт за володіння деякими цінностями. Домінуючою мотивацією тут стає жадність, до якої інколи домішується страх;
 - повстанський натовп по ряду ознак схожий з агресивним, але відрізняється від нього соціально справедливим характером.

➤ 18 травня 1896 року, в день коронації Миколи II, на Ходинському полі (у районі нинішнього Ленінградського проспекту Москви) зібралося більше 500000 чоловік, що значно перевищило місткість площі. Організатори ж народного гуляння не спромоглися прийняти належних заходів по запобіганню тисняві.

Люди були святково налагоджені; їх спонукало прийти до призначеного місця не лише бажання залучитися до знаменної події і брати участь в загальній веселості, але і надія на здобуття царських дарунків. І всього лише роздавали по пакету пряників і по кухлю з вензелем. Але натовп є натовп, в ній всі відчуття загострені і «солодке слово "халява"» теж звучить з особливою привабливістю. Чийсь крик: «Дарунків всім не

вистачить!» – став сигналом до перетворення натовпу з конвенціонального в такий, що здобуває.

Тиснява, що незабаром посилювалася, змусила відчувати недобре. Хтось спробував зупинити небезпечний процес, заспів «Врятуй, Господи, люди твоя». Пісня була підхоплена, але, ймовірно, її ритм виявився не цілком адекватний ситуації (див. далі). В усякому разі, колективний спів лише на якийсь час уповільнив тиск, що продовжував за інерцією посилюватися. Збожеволівши від страху люди топтали тих, що потрапляли під ноги, втрачали свідомість і гинули в тісноті.

Лише за офіційними даними, в паніці загинули 1389 чоловік і 1300 отримали каліцтва. Сучасники називали і набагато більші цифри.

➤ похорони Сталіна – йшли поглянути на кумира.

Питання № 3. Особливості поведінки натовпу.

Натовп часто несе загрозу суспільству. Тому необхідно розглянути питання про умови, що породжують масові і криваві аномалії в поведінці людей.

Фахівці виділяють два типи таких умов: довготривалого і ситуативного характеру.

До першої групи можна віднести економічні, політичні, соціальні і інші чинники відносно тривалої дії, які створюють високий рівень соціальної напруженості в суспільстві. Ця напруженість деякий час може знаходитися в латентному стані, проте, при появі відповідного приводу, вона може несподівано виявитися у вигляді соціального вибуху.

Ситуативні умови – це конкретний привід, що провокує початок масових дій.

Є ще один чинник, від якого багато в чому залежить форма вираження соціального протесту. Таким чинником є рівень розвитку політичної культури суспільства, що включає досвід вирішення соціальних проблем демократичним шляхом, а також особливості національно-історичних традицій. Соціальна дійсність свідчить, що при низькому рівні політичної культури людей вірогідність виникнення масових безладів досить висока. І якщо цей рівень розвитку політичної культури пов'язати з високою мірою загостреності соціально-економічних проблем в країні або регіоні, то міра вірогідності виникнення подібного роду соціальних протестів стає ще вищою.

У загальному вигляді цю закономірність можна виразити в наступній формулі:

$$\text{Ступінь ймовірності масових заворушень} = \frac{\text{Ступінь загостреності соціально-економічних проблем}}{\text{Рівень розвитку політичної культури}}$$

Історія будь-якого суспільства дає немало прикладів того, що феномен натовпу може свідомо використовуватися різними політичними силами в своїх інтересах. При цьому, явно спровоковані масові ексцеси пізніше видаються за «стихійний» прояв «народного гніву». Переважна ж більшість рядових учасників такого роду ексцесів навіть не підозрюють, що стали статистами заздалегідь спланованого спектаклю.

Рольову структуру агресивного натовпу в таких випадках утворюють:

- організатори, які проводять підготовчу роботу по створенню масових ексцесів, включаючи планування, вибір часу і місця проведення, а також привід;
- призвідники, що розгортають активну діяльність підбурювання, направляють дії учасників, що розповсюджують провокаційні чутки;
- активні учасники, що утворюють ударне ядро натовпу;

- люди, що сумлінно помилилися, стали учасниками ексцесів через неадекватне сприйняття причин обстановки, що склалася, через принципу справедливості, що помилково розуміється, під впливом чуток;
- конфліктні особистості, які примикають до активних учасників ексцесів через появу можливості в анонімній обстановці звести рахунки з особами, що полягають з ними в конфлікті, розрядити емоційну напругу, дати вихід своїй неприборканій вдачі; серед них немало психопатичних осіб, хуліганів;
- емоційно-нестійкі особи, що ідентифікують свої вчинки із загальним напрямом дій навколишніх людей; що легко вселяються, швидко заражаються загальним настроєм;
- особи, що цікавляться - спостерігають з боку за ходом подій і не втручаються в них, але своєю присутністю підсилюють емоційне збудження учасників ексцесу.

Питання № 4. Психологічні особливості поведінки людини в натовпі.

Одна і та ж людина в натовпі і поза натовпом поводить по-різному. Поведінка людини в натовпі характеризується наступними ознаками:

- *Зниження самоконтролю (інтернальності).* У людини посилюється залежність від натовпу, він неусвідомлено підкорюється зовнішньому впливу великої групи людей, тобто зростає екстернальність його поведінки і знижується здатність до довільної регуляції власної поведінки.
- *Деіндивідуалізація поведінки людей* в натовпі: вони поступово втрачають індивідуальність своєї поведінки, як би зрівнюючись, приходячи до одного і того ж рівня психологічних проявів в поведінці. Різні люди через поведінку стають схожими один на одного.
- *Нездатність утримувати увагу на одному і тому ж об'єкті.* Натовп в цілому проявляє знижені інтелектуальні якості в порівнянні з індивідами, що його складають узятими поза натовпом. Серед особливостей інтелекту найяскравіше виявляються збільшена нескритичність мислення і легке перемикавання уваги, які визначаються зовнішніми умовами.
- *Характерні особливості переробки інформації.* Людина в натовпі легко сприймає всляку інформацію, швидко переробляє її і поширює, при цьому абсолютно мимоволі спотворюючи, трансформуючи сприйняту інформацію, тобто породжує чулки.
- *Підвищена навіюваність.* Людина в натовпі легко може повірити в незвичайну інформацію, свідомо нездійсненні обіцянки (н-д, політиків на виборах), слідувати неймовірним та інколи навіть абсурдним закликам, гаслам.
- *Підвищена фізична, психофізіологічна і психічна активація.* У натовпі, особливо в активному, відбувається мобілізація всіх ресурсів індивіда, тому в натовпі людина може проявити такі фізичні і психологічні якості, які стають їй недоступними поза натовпом, наприклад: підняти щось важке, зламати міцне, швидко бігти, високо стрибнути.
- *Нетиповість, незвичність поведінки.* В порівнянні із звичними, щоденними умовами людина часто проявляє несподівані навіть для нього самого форми поведінки (часто він потім не може повірити, що це було здійснено ним). Тому, поведінка людини характеризується непередбачуваністю, що характерно і для натовпу в цілому.

Феномен натовпу має великий інтерес дослідників і практичних працівників тому, що натовп буває надзвичайно небезпечним, причому як для самих учасників натовпу, так і для тих, що його оточують.

Питання № 5. Прийоми управління та маніпуляції натовпом.

Розрізняють прийоми дії на натовп ззовні і зсередини. Для того, щоб в них розібратися треба звернути увагу на феномен, який називається географія натовпу. Географія натовпу (що особливо чітко фіксується при фотографуванні зверху) визначається відмінністю між щільнішим ядром і розрідженою периферією. У ядрі акумулюється ефект емоційного кружляння, і ті, що опинилися там, сильніше випробовують його вплив. Наприклад, безпосередніми насильниками і вбивцями є невелика кількість індивідів; інші їх активно підтримують (криками), ще більше людей підтримує пасивно, а на самій периферії - роззяви, оскільки натовп має властивості оказіональної. Але вся ця маса додає ядру силу.

Тому психологічний вплив на натовп ззовні, зазвичай, рекомендовано націлювати на периферію, увага якої легше перемикається. Для дії зсередини необхідно проникнути в ядро, де гіпертрофована навіюваність і реактивність.

Прийоми управління натовпом зсередини:

- два-три агента проникають в ядро і імітуючи переляк розпускають чутки: «Вони йдуть! у них зброя!». Можна доповнювати звуками, схожими на постріли, вироблювані помічниками за рогу. Але в такому випадку може виникнути масова паніка, що теж погано;
- увага натовпу переноситься на нейтральний об'єкт

А ось яскравий приклад з нашої недавньої історії. 21 серпня 1991 року стало остаточно ясно, що бездарно організований путч ГКЧП провалився, і з ним закінчилось 74-річне панування КПРС. Після трьох днів напруженого чекання і переживань настала перемога громадян, які стихійно вийшли на вулиці, над ззовні грізною, але духовно вже спустошеною владою.

Але ейфорія успіху, посилюючись по механізму циркулярної реакції, додавала масі вже більш виражені властивості натовпу. Натовп же, наповнюючись новими елементами і п'яніючи від нежданної могутності, жадав нових зримих перемог; подекуди вже почало відчуватися жадання крові. На площі Дзержинського (нинішня Луб'янка) зосередилися тисячі людей, серед яких посилювалися заклики до штурму похмурої і ненависної будівлі КДБ. Якби такі заклики втілювалися в дію, слід було чекати дуже тяжких наслідків і людських жертв.

У вирішальний момент вдалося переорієнтувати увагу натовпу з будівлі, що охоронялася, на беззахисний вже пам'ятник Ф.Е. Дзержинському, що знаходився в центрі площі і багато років здавався їй абсолютно непорушним символом. При цьому були використані не лише неприязнь людей до персонажу, але також давній слух про те, що пам'ятник відлито з чистого золота, пофарбованого зверху густою чорною фарбою. (Мовляв, таким чином І.В. Сталін заховав золотий запас країни, «щоб ніхто не здогадався»); пам'ятник був розташований так, що підійти до нього і «постукати» було раніше немислимо.)

Прийоми управління натовпом ззовні:

- переключення уваги на інший об'єкт;

І ось картинка з одного бурхливого мітингу страйкуючих лісабонських робітників. Енергійні оратори «заводять» натовп, який скандує найрішучіші гасла, і подальший хід подій важко передбачити. Мітинуючи оточені поліцейським ланцюгом, але треба по можливості уникнути силових ексцесів. Від поліцейського ланцюга відділяється самотній офіцер, тримаючи в руках транзисторний приймач, по якому передають прямий репортаж про матч між популярними футбольними командами «Порту» і «Лісбоа». Через хвилину сотні людей, чий особи тільки що виражали святий гнів і готовність до найрішучіших дій, оточують офіцера з питаннями: «Який рахунок? Хто виграв?» Ще пара таких вогнищ – і оратори марно намагаються повернути увагу присутніх до своїх пристрасних закликів.

- діяти на натовп за допомогою ритму (переведення натовпу з агресивної в екстатичну? енергія вирушає в танець);
- на ранньому етапі формування натовпу фотографувати і записувати найбільш активних індивідів. У натовпі людина втрачає відчуття індивідуальності, відчуває себе безособовим, і тому, вільним від відповідальності, що накладається ролевими регулювальниками, – феномен мімікрії. Надихаюче відчуття всездозволеності і безкарності складає важлива умова масових дій. Ця умова порушується прийомами деанонізації. Деякі американські автори пропонували навіть такий прийом: у натовпі снують похмурі особи з фотоапаратами або блокнотами, що відверто фіксують найактивніших індивідів. На ранньому етапі формування натовпу цей прийом, ймовірно, може когось протверезити і запобігти екстремістські дії.

Питання № 6. Масова паніка.

Панічний натовп - це підвид натовпу, що діє, і є найнебезпечнішим зі всіх різновидів. Паніка - це стан жаху, що супроводжується різким ослабленням вольового самоконтролю. Результатом виявляється або ступор, або дезорганізація планомірних дій. Паніка може виникнути без всякої зовнішньої небезпеки і в переважній більшості випадків виявляється невідповідною їй.

(30 жовтня 1938 року, в Каліфорнії при передачі радіоспектаклю по роману Г. Уеллса «Війна світів», де, по сюжету, страшні марсіани-кровопивці, прилетівши на Землю, починають винищувати людство. Головні події, правда, були перенесені з Англії до Америки. Передача була оформлена таким чином, що у слухача створювалося враження прямого репортажу. Майстерно було сплановано і нагнітання тривоги, згадувалося про те, що паніку переживає уряд США, і так далі. У результаті, багато хто прийняв спектакль за чисту монету, люди покинули дома, майно і вибігли на вулиці, утворивши багатотисячний панічний натовп. Такого «успіху» автори спектаклю не очікували...)

Чинники виникнення масової паніки. Виявлено чотири комплекси чинників перетворення більш-менш організованої групи в панічний натовп:

1. Соціальні чинники - напруженість в суспільстві, викликана очікуваними природними, економічними, політичними лихами;
2. Фізіологічні чинники: втома, голод, тривале безсоння, сп'яніння. Так, типовими помилками при організації мітингів, маніфестацій і масових видовищ стають затягування процесу, а також байдуже відношення організаторів до фактів продажу і вживання учасниками спиртних напоїв. В умовах соціальної напруги, спеки або холоду і так далі, це підвищує вірогідність паніки, так само як і інших небажаних перетворень натовпу.
3. Загально-психологічні чинники - несподіванка, здивування, переляк, які часто викликані недоліком інформації. *Відомі випадки, коли паніка серед маніфестантів виникала через те, що багато хто невірно уявляв собі політичну обстановку і статус заходу. Наприклад, люди думали, що воно санкціоноване властями, і поява поліцейських з палицями виявлялася шокуючою несподіванкою. Або, навпаки, деякі учасники не знали, що акція погоджена, і неадекватно реагували на поліцейських. Були епізоди (далі я про це розповім), коли непередбачені дії нечисленної, але добре організованої групи політичних ворогів вносили сум'яття і паніку до багатотисячної демонстрації.)*
4. Соціально-психологічні і ідеологічні чинники: відсутність ясної і значимої мети, ефективних, таких, що користуються загальною довірою лідерів, низький рівень групою згуртованості. Історія воїн, революцій, небезпечних наукових експедицій і так далі, дає безліч наочних свідоцтв того, як згуртований колектив односторонців

здатний навіть при смертельній небезпеці і крайньому виснаженні сил зберігати єдність дій, не проявляючи симптомів паніки.

Виникнення і розвиток паніки в більшості описаних випадків пов'язані з дією шокувальної стимул-реакції, що відрізняється чимось свідомо незвичайним (наприклад, сирена, що сповіщає початок повітряної тривоги). Частим приводом для паніки є чутки. Для того, щоб привести до справжньої паніки стимул-реакція має бути або досить інтенсивною, або тривалою, або такою, що повторюється (вибух, сирена, серія гудків і т. п.). Він повинен привертати до себе зосереджену увагу і викликати реакцію часом неусвідомленого, тваринного страху. Шокувочий стимул, що дуже сильний або повторюється, спочатку викликає переляк у одного або декількох людей (часто діти і жінки). Ці люди стають джерелом, від якого страх передається таким, що оточує. Далі, якщо не робляться заходи, то маса деградує, люди втрачають самоконтроль і починається панічна втеча, яка здається рятівною, хоча лише посилює небезпеку (Якщо в натовпі є жінки і діти, то їх високочастотні голоси в стресовій ситуації роблять руйнівний вплив на психіку). З тієї ж причини, до речі, для протидії паніці, колективній або індивідуальній, краще служить низький чоловічий голос, чим високий жіночий.

Питання № 7. Запобігання і ліквідація масової паніки.

Заходи по запобіганню масовій паніці зв'язані з врахуванням її чинників.

1. Бажано не допускати затягування заходу, особливо в «погану» погоду; запобігати проникненню в натовп осіб в стані сп'яніння;
2. Бажано уникати збігу з іншими видовищними подіями в місті, інакше, можливе перетягування частини натовпу і перетворення її в оказіональну або експресивну; також вірогідне зіткнення натовпів (футбольні фани з учасниками політичного мітингу);
3. Запобігати надмірній концентрації людей, особливо після закінчення масового заходу (на тбіліському стадіоні було оголошено, що той з глядачів, у кого при собі опиниться фотографія тещі, буде премійований новеньким автомобілем «Жигулі». Говорять, велелюбного щасливчика так і не знайшлося, але заінтриговані глядачі не квапилися покинути трибуни);
4. Важливо враховувати загально психологічний чинник, тобто своєчасно інформувати людей про можливі небезпеки і наявні способи протидії;
5. Часто організатори уникають запобіганню можливої небезпеки, посиляючись на те, що частина учасників піде, але треба вміти подати інформацію, тобто робити акцент не на погрозах, а на способах протидії;
6. Напередодні і на ранній стадії розвитку паніки можна використовувати гумор (20 серпня 1991 року в найнапруженіший момент, біля Білого Будинку, коли чекали штурму мало не за участю танків, перед присутніми «живцем» з'явився популярний сатирик Геннадій Хазанов. Імітуючи голос М.С. Горбачова, що ще знаходився у Форосі, він повільно виголосив: «Політикові не можна робити брудними тремтячими руками...» Це була фраза відомого мотиву, який часто звучав у виступах президента СРСР (про брудні руки в політиці), – він був доповнений згадкою про тремтячі руки самозваного голови ГКЧП, показаного по телебаченню на день раніше.
Мова Хазанова – «Горбачова» була зустрінута загальним сміхом полеглих і бурхливими оплесками. Деякі з учасників події рахують той момент психологічно переломним в епопеї невдалого перевороту.
7. Можна використовувати звичне стимулювання – люди, наприклад, звиклися завмирати при звуках гімну;

8. Можна застосувати сильнішу шокову дію, наприклад, постріл в закритому приміщенні.

Всі ці прийоми передбачають наявність людей, що не піддалися загальному стану і готових узяти керівництво на себе. При правильній організації масових заходів повинна працювати, так звана, «команда проти паніки». Вона знаходиться неподалік від натовпу, щоб не уникнути емоційного кружляння і озброєна мегафонами, музичними записами і керівництвом, що і як робити в разі паніки.

Завдання до самостійної роботи:

1. Ознайомтеся з правилами поведінки у натовпі.
2. Розкрийте поняття циркулярної реакції та її механізми.
3. Наведіть відомі історичні приклади стосовно натовпу та поведінці у натовпі.

Завдання до практичного заняття:

1. Складіть конспект за темою «Засоби маніпуляції натовпом».
2. Дослідіть та проаналізуйте шлях перетікання спокійного натовпу у масову паніку.
3. Складіть порівняльну таблицю «Особливості поведінки натовпу та особливості поведінки людини у натовпі».

Глосарій:

Натовп – це численне скупчення людей, яке знаходиться в безпосередніх контактах один з одним і в стані підвищеного емоційного збудження, що характеризується початковим стихійним своїм утворенням і відсутністю загальної для всіх, усвідомленої мети.

Циркулярна реакція - це взаємне зараження, тобто передача емоційного стану на психофізіологічному рівні контакту між організмами.

Ситуативні умови – це конкретний привід, що провокує початок масових дій.

Паніка - це стан жаху, що супроводжується різким ослабленням вольового самоконтролю. Результатом виявляється або ступор, або дезорганізація планомірних дій. Паніка може виникнути без всякої зовнішньої небезпеки і в переважній більшості випадків виявляється невідповідною їй.

Рекомендована література:

Основна:

1. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. - К.: НАДУ, 2009. – 288 с.
2. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я.Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка.

Допоміжна:

1. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения / Николая Геген. –СПб.: Питер, 2005. – 203 с.
2. Психология социальных ситуаций / [под ред. Н.В. Гришиной]. – СПб.: Питер, 2001. – 416 с.
3. Зимбардо Ф. Социальное влияние /Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб, Питер, 2001. – 448 с.

Лекція 6. «Я»-КОНЦЕПЦІЯ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА (3 г.)

Мета: визначити у чому полягає потреба влади, створити та обговорити образ ідеального «Я» політика, розвинути уявлення про самооцінку політичного лідера.

Завдання: сформувати уявлення про політику в історії людства та основні ідеї вітчизняної політичної думки.

План:

1. Потреба влади як компенсаторна реакція.
2. Образ «Я» політика.
3. Самооцінка політичних лідерів.

Питання № 2. Образ «Я» політика

Питання № 3. Самооцінка політичних лідерів

Питання № 1. Потреба влади як компенсаторна реакція.

Проблема компенсації реальних чи уявних дефектів особистості була поставлена ще А. Адлером. Ця ідея отримала свій більш повний розвиток в роботах Г. Лассуелла. Відповідно до його концепції, людина для компенсації низької самооцінки прагне до влади. Таким чином, самооцінка, будучи неадекватною, може стимулювати поведінку людини відносно політично релевантних цілей - влади, досягнень, контролю та інших.

Увага Г. Лассуелла була прикута до розвитку уявлень людини про саму себе, ступеня розвитку і якості самооцінки та їх втіленню в політичній поведінці. У своїй роботі «Психопатологія і політика» Г. Лассуелл розробив гіпотезу, згідно з якою певні люди мають надзвичайно сильну потребу у владі та/або в інших особистісних цінностях, таких як любов, повага, моральна чистота, як в засобах компенсації травмованої або неадекватної самооцінки. Ці особисті цінності або потреби можуть бути розглянуті як найважливіша частина мотиваційної структури політичного лідера.

А. Джордж у своїй роботі «Влада як компенсаторна цінність» взяв загальну гіпотезу Г. Лассуелла для використання її в дослідженні конкретних політичних лідерів методом психобіографії. З точки зору А. Джорджа всі політичні лідери є «прагнучими до влади». Він детально розглянув можливу структуру низької самооцінки і вважає, що низьку самооцінку можуть становити п'ять суб'єктивних негативних почуттів щодо себе в різних їх комбінаціях:

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

Вже після того, як Г. Лассуел привернув увагу до ролі самооцінки в політичній поведінці лідера, з'явився цілий ряд досліджень, присвячених уявленням політика про себе. Політичний лідер в будь-якій ситуації поводить себе відповідно власної Я - концепції. Поведінка його залежить від того, ким і як він себе усвідомлює, як він порівнює себе з тими, з ким він взаємодіє.

Політичні психологи стверджують, що політичний лідер формується на дитячому майданчику. Саме в дитинстві закладаються механізми, які в майбутньому вирішать наскільки успішною стане людина в житті. Якщо ви недоотримали чогось у дитинстві - не біда, так як власне бажання компенсації особистісного дефіциту є основою успішної політичної кар'єри. *(Чинний нині президент України Віктор Янукович не виняток. Складні дитинство і юність сформували особистість, здатну зайняти вищу в державі посаду).*

З іншого боку, психологи стверджували, що прагнення до домінування не можна розглядати виключно як ознаку психічного нездоров'я. Так, К. Хорні та Е. Фромм принципово відрізняли невротичну мотивацію влади, яка заснована на слабкості особистості, від нормального бажання влади, яке засноване на силі людини, її об'єктивній перевазі. Р. Лейн також стверджував, що успішно діючими демократичними політиками стають люди зі здоровою, урівноваженою психікою. Г. Кантріл і К. Кеністон вважали основною причиною залучення до політичних рухів пошук сенсу того, що відбувається

навколо, а основним мотивом участі в політиці - відданість цінностям - цілям рухів, схожість цінностей особистості та цих рухів.

Питання № 2 . Образ « Я » політика

Американські дослідники Д. Оффер і Ч. Строзаер розглядають образ Я політика, який відповідає «загальній сумі сприйнять, думок і почуттів людини стосовно себе ». В образі «Я», Я розділене на шість різних частин, тісно взаємодіючих між собою:

1. **Фізичне Я** - уявлення політичного лідера про стан свого здоров'я, фізичну силу або слабкість. Політичний лідер повинен бути досить здоровим, щоб це не перешкоджало його діяльності. У політологічній і психологічній літературі були описані страждання, які завдавало погане здоров'я президентам США Рузвельту, Вільсону і Кеннеді. Добре відомі також переживання Гітлера і Сталіна у зв'язку з їх фізичними вадами.

2. З приводу **сексуального Я**, тобто уявлень політика про свої претензії і можливості в цій сфері, вчені відзначають відсутність статистичних даних про те, як сексуальна поведінка пов'язана з лідерськими здібностями. Сумнівно, що президентом сучасно розвиненої держави може стати гомосексуаліст або ексгібіціоніст. Перш за все, такі нахили закрили б йому шлях у велику політику незалежно від лідерських якостей. В історії ж відомі тирані, які відрізнялися патологією сексуальної сфери і нерідко страждали різними збоченнями.

3. **Сімейне Я**. Добре відомо з психоаналізу, який величезний вплив чинять відносини в батьківській сім'ї на поведінку дорослої людини. Деякі політичні лідери долають ранні травми і конфлікти, інші - ні, і, стаючи лідерами, переносять фрустрації зі свого дитинства на своє оточення в країні і в світі. Згідно Д.Я. Райгородському, дефіцит позитивних відносин в ранньому дитинстві може стати першопричиною прагнення до влади і домінуючим мотивом особистості. Дані спостережень політичних психологів є достатньо переконливими, оскільки неблагополуччя в батьківській сім'ї виступає однією з типових рис біографій найбільш властолюбних і авторитарних політиків.

4. **Соціальне Я**. Для людей, що знаходяться на вищій державній посаді, дуже важливо мати здатність до спільної діяльності з іншими. Політичний лідер повинен навчитися тому, як вести переговори і як стимулювати своїх колег до прояву їх кращих якостей. Він повинен бути здатним використовувати навички міжособистісних відносин для ефективної роботи з різними, часом ворожими, групами людей, з лідерами інших країн.

5. **Психологічне Я** - уявлення про свій внутрішній світ, фантазії, мрії, бажання, ілюзії, страхи, конфлікти - найважливіший аспект життя політичного лідера. Як і у звичайних людей, у лідерів немає природженого імунітету від невротичних конфліктів, психологічних проблем, а іноді і більш серйозних форм психопатології, таких як психоз. Чи страждає політик від усвідомлення власних страхів або ставиться до цього спокійно, або навіть з гумором, - проявляється в його поведінці, особливо в періоди ослаблення самоконтролю.

6. **Я, що долає конфлікти** - уявлення політичного лідера про свою здатність до творчого подолання конфліктів і знаходження нових рішень для старих проблем. Лідер повинен володіти достатніми знаннями та інтелектом, щоб сприйняти проблему. Він повинен бути досить самовпевненим при прийнятті політичних рішень, щоб зуміти передати цю впевненість іншим. Інший аспект що долає конфлікти Я - усвідомлення лідером своєї здатності до подолання стресів, пов'язаних з його роллю і діяльністю на посаді, наприклад, глави держави. Стрес може призвести до тяжких симптомів, які найсерйознішим чином обмежують інтелектуальні та поведінкові можливості політичного лідера. Він може збільшувати жорсткість пізнавальних і розумових процесів в історично складні моменти, призводити до зниження гнучкості і самовладання, особливо тоді, коли вони необхідні.

Питання № 3. Самооцінка політичних лідерів.

Самооцінка політичного лідера накладає відбиток на внутрішньо- і зовнішньополітичний курс його країни. Якщо у нього протягом життя сформувалася *занижена самооцінка*, то його постійна незадоволеність собою могла бути тією самою рушійною силою, яка штовхала його на узяття все нових і нових бар'єрів у сфері внутрішньої або зовнішньої політики. Такими були президенти Ніксон і Рейган. Кожною своєю перемогою вони постійно доводили собі, що вони чогось коштують. Але узяті бар'єри їх вже не тішили. І вони прагнули до нових, щоб знову упевнитися у власній значущості. Занижена самооцінка штовхає політичного лідера до «великих» кроків на міжнародній арені: великомасштабні військові або, навпаки, миротворчі акції, несподівані для оточення екстравагантні повороти в зовнішній політиці і багато що інше.

Для ряду політиків саме міжнародні відношення стають такою сферою, в якій вони як лідери держави можуть самоствердитися, компенсувати занижену самооцінку. І Ніксон, і Рейган не були вихідцями з американської еліти і вони виразно відчували, що вищий світ США не прийняв їх. На міжнародній же арені ніхто не міг дивитися на них зверхньо. Навпаки, серед інших глав держав вони були лідерами найсильнішої військової та економічної держави. Повага до них, страх перед ними, залежність від них, з боку глав інших держав, людей, що стояли над власним істеблішментом, давали можливість цим президентам забути про приниження і презирство, які вони раніше пережили. У вітчизняній історії сильно заниженою самооцінкою володіли Сталін, Хрущов.

Лідери держав із *завищеною самооцінкою*, переоцінюючи власні якості політика і головнокомандуючого, часто не помічають загальної і зовнішньої, і внутрішньої реакції на свій курс на міжнародній арені. Вони упиваються власним успіхом (навіть якщо він міфічний) і відносять критику до злобних заздрісників. Тут можна говорити про порушення зворотного зв'язку між наслідками політичної дії і суб'єктом. Майже ніякі наслідки не здатні змусити такого лідера злякатися або здригнутися від думки про те, до чого можуть привести його вчинки.

Інший тип лідерів із завищеною самооцінкою, стикаючись з недооцінюванням їх політики як у країні, так і за кордоном, сильно страждають від афекту неадекватності. (Афект неадекватності - стійке негативне переживання, викликане нездатністю домогтися успіху в будь-якої діяльності. Для афекту неадекватності характерно ігнорування невдач, спроби незграбного самовиправдання або дискредитація самих цілей діяльності.)

Коли їх політика будувалася, з їх власної точки зору, на принципах високої моралі або ж здавалася їм продуманою і продуктивною, а сприймалася як аморальна або ж безглузда, такі політичні лідери йшли на найнесподіваніші кроки. І чим більше вони ображались і переживали, тим частіше вони повторювали аналогічні політичні акції, ще більше викликаючи несхвалення. Американський президент Джонсон дуже сильно страждав, що його в'єтнамська війна стала викликати негативне ставлення і в США, і в світі. Його близькі радники відзначали, що вельми часто, отримавши повідомлення про гостру негативну реакцію в інших країнах і в різних шарах американського суспільства, нарікаючи на те, що його не цінують, не люблять і не розуміють, він віддавав наказ про чергове бомбардування В'єтнаму. Коло, тим самим, замикалося.

Лідери з *адекватною самооцінкою* представляють кращий зразок партнерів на політичній арені. Їх зовнішня і внутрішня політика не мотивована прагненням до самоствердження, зворотній зв'язок між наслідками акцій і ними самими працює неухильно. Адекватно оцінює свої політичні здібності лідер, як правило, шанобливо і високо оцінює інших лідерів. Не боячись, що його принизять, образять, обійдуть, твердо знаючи власну високу ціну, вважаючи себе не гірше тих, з ким йому доводиться взаємодіяти, такий лідер буде вести політику, яка дозволила б домогтися поставлених цілей і дала б обопільну вигоду. Відсутність невротичного компонента в самооцінці призводить, як правило, до його відсутності і в політичній поведінці.

Завдання до самостійної роботи

1. Яка теорія потреби влади як компенсаторної реакції є ближчою саме до Вас?
2. Як на Вашу думку впливає самооцінка політичних лідерів на ефективність їх діяльності?

Завдання до практичного заняття:

1. Теорії науковців з питання потреби влади.
2. Складіть власний образ «Я» політика.
3. Написати реферат «Теорії політичного лідерства».

Глосарій:

Потреба влади - бажання індивідуума впливати на інших людей, контролювати себе чи своє оточення. Вона є набутих і розвивається на основі навчання, життєвого досвіду і виявляється у тому, що людина хоче контролювати інших особистостей та об'єкти, ресурси і процеси, що відбуваються в її оточенні. Ця потреба тісно пов'язана з потребою задоволення свого "его" з погляду на те, що на досвіді багатьох людей після здійснення влади над об'єктами чи індивідуумами відбувається самоствердження.

Проблема компенсації реальних і уявних дефектів особи - прагнення до досконалості та влади. Суб'єкт намагається компенсувати недостатність своїх здібностей і комплекс неповноцінності. При цьому незадоволення базових потреб може компенсуватися по-різному: відчуття моральної неповноцінності витісняється відчуттям переваги; відчуття слабкості (потреба в безпеці і в самоповазі) компенсується відчуттям володіння вищою силою; відчуття інтелектуальної неадекватності нівелюється відчуттям інтелектуальної переваги і компетентності.

Політичний лідер - це **символ** спільності та зразок політичної поведінки групи, здатний реалізувати її інтереси за допомогою влади. Причому дане визначення особливо підкреслює першорядну значимість суб'єктивних якостей політичного лідера і стверджує, що лідерство створюється стихійно, самим народом.

Рекомендована література:

Основна:

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. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. - К.: НАДУ, 2009. — 288 с.

Допоміжна:

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 /Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. — СПб, Питер, 2001. — 448 с.
4. Кошелюк М.Е. Выборы. Магия игры. Технологии победы / М.Е. Кошелюк. М.: Макцентр, 2000. — 192 с.
5. Малкин Е. Основы избирательных технологий /Е. Сучков. — 2-е изд. —М.: Русская панорама, 2000. — 384 с.
6. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А. И. Пирогов., Московский открытый социальный университет. — М.: Академ.Проект, 2005. — 362 с.

7. Политическая психология / [под ред. А.А. Деркача, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева]. – М.; Екатеринбург: Академический Проект; Деловая книга, 2000. – 724 с.
8. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии / Г.Г. Почепцов – М.: Центр, 2003. – 384 с.
9. Шалагинова Л.В. Психология лидерства: [учебное пособие] / Л.В. Шалагинова. – СПб.: Речь, 2007. – 458 с.
10. Шейнов В.П. Психология лидерства и власти / В.П. Шейнов. – М.: Ось-89, 2008. – 604 с.
11. Щербинина Н.Г. Теории политического лидерства: [учебное пособие] / Н.Г. Щербинина. – М.: Весь мир, 2004. – 181 с.

Лекція 7. Мотивація політичної поведінки (2 ч.)

Мета: визначити психологічні засади потреби у владі, розвинути розуміння потреби політичного лідера, виховати відношення до мотивів політичної участі.

Завдання: навчитись чітко бачити потреби політичного лідера у суспільстві, визначити мотиви політичної участі особистості, дізнатись про існуючі концепції потреб у владі.

Питання № 1. Психологічні концепції потреби у владі.

Питання № 2. Потреба політичного лідера в досягненні.

Питання № 3. Потреба політичного лідера в афіліації і контролі.

Питання № 4. Мотиви політичної участі.

Питання № 1. Психологічні концепції потреби у владі.

Д. Мак-Клелландом і Дж. Аткинсоном виділені основні мотиви політичного лідерства (ПЛ):

- * потреба у владі;
- * потреба в досягненні;
- * потреба в афіліації, тобто в приналежності до якоїсь групи і отриманні схвалення.
- * потреба в контролі над подіями і людьми;

Однією з найвідоміших **концепцій потреби у владі** є концепція Г. Лассуелла і А. Джорджа, які розуміють потребу у владі як компенсаторну. У концепції Г. Лассуелла «влада» - це якась цінність. Людина відчуває потребу у володінні нею. А. Джордж визначає «потребу у владі», як бажання досягти влади, цієї вищої цінності.

Потреба у владі припускає, що вона може бути не тільки і не *стільки компенсаторною*, скільки *інструментальною*, тобто, влада може бути бажана для задоволення інших особистісних потреб, таких як потреба в досягненні, у повазі, в схваленні, в безпеці.

Потреба у владі, в якості компенсації, присутня в дев'яноста відсотків випадків. Так само, як і потреба в досягненні. І тільки десяти відсоткам політиків влада потрібна як інструмент досягнення чогось. Однак, такі політики не затримуються надовго при владі. Причина в тому, що вони не дуже цікаві своїм виборцям, у них немає пристрастей. Яскравим зразком такого політика, орієнтованого виключно на досягнення, був Буш - старший. І в цьому сенсі зрозуміло чому його не переобрали на другий термін. Тому що для середньостатистичного виборця він занадто в нормі. Він не близький виборцю.

У порядку компенсації ПЛ намагається знайти собі сферу діяльності, в якій він може продемонструвати свою компетенцію і гідність.

Інший погляд на потребу у владі, який далекий від розуміння її як компенсації заниженої самооцінки, являє собою концепція Д. Вінтера в його роботі «Потреба у владі». Вчений вважає, що потреба у владі є соціальним мотивом і пов'язана з президентською

поведінкою. Президенти з високою потребою до влади будуть активні, жваві і щасливі у світі конфліктів та інтенсивного політичного торгу. При необхідності утриматися нагорі вони будуть експлуатувати союзників, атакувати ворогів. У них немає тенденції змінювати свою поведінку, тому вони можуть зіткнутися з непередбаченими шкідливими наслідками дій, які зроблені ними для збереження свого престижу. У виниклій ситуації вони можуть побачити загрозу своїй владі, випробувати стрес. У крайніх, екстремальних випадках, вони можуть реагувати на поразку шляхом взяття свого світу (своїх друзів, ворогів, цивілізації) з собою, як це зробив Гітлер наприкінці Другої світової війни.

У багатьох ПЛ потреба у владі може мати помірний або гіпертрофований характер. Багато в чому, сама посада глави держави, з притаманними їй атрибутами влади вже повинна задовольнити цю потребу у лідера. Але, оскільки лідер діє від імені держави на міжнародній арені, то він, по-перше, взаємодіє з іншими лідерами, не будучи, таким чином, єдиною вершиною піраміди влади, якою він став у власній країні, і тут є поле для суперництва і конкуренції. По-друге, діючи від імені власної держави, він прагне затвердити його владу над іншими державами.

Приведені концепції прагнення до влади не виключають один одного. Комплексним підходом стала *поліотребна концепція мотивації влади*, запропонована С.Б. Каверінім. З його точки зору, потреба влади - синдром п'яти базових потреб:

- свободи* (влада використовується для досягнення безпеки),
- гедонізму* (влада - засіб задоволення матеріальних потреб),
- самоствердження* (через владу досягається престиж, повага, визнання),
- самовираження* (влада, як досягнення значущих результатів, гра, змагання),
- потреба бути особистістю* (через володіння владою реалізується прагнення зробити що-небудь для інших, а не тільки для себе).

Питання № 2 . Потреба політичного лідера в досягненні.

Потреба в досягненні проявляється в турботі про досконалість, в поведінці, направленої на досягнення. Поведінка ПЛ, в якій виявляється потреба в досягненні, може не бути дуже успішною, а кар'єра щасливою. На думку Д. Вінтера і А. Стюарт, президент з потребою в досягненні буде активним, хоча і не обов'язково люблячим свою роботу, він буде вибирати собі радників на основі їх експертних знань швидше, ніж з особистих або політичних міркувань. Він не обов'язково багато досягне занадто або буде оцінений, як «прекрасний» президент. Така доля спіткала двох політиків зі схожими особистісними профілями: Дж. Буша і М. Горбачова.

За дослідженнями Д. Макклелланда і Дж. Аткинсона, потреба в досягненні має відношення до майстерності, маніпулювання, організації фізичного і соціального оточення, подоланню перешкод, встановленню високих стандартів роботи, змагання, перемоги над будь-ким. Вчені виділили індикатори потреби в досягненні, в промовах і в документах політичних лідерів, в поведінці, в міжособистісних відносинах:

У текстах політичних лідерів потреба в досягненні проявляється у висловленні турботи про відповідність стандартам досконалості, унікальних досягненнях, довготривалому залученні у що-небудь, успіху в змаганнях, в згадках про встановлення і розширення різних аспектів національної величі.

У поведінці політичного лідера ця потреба проявляється в успішній підприємницькій діяльності, нинішній або тій, яка мала місце в його кар'єрі, схильності до помірному ризику .

Такий політичний лідер обирає для себе хороших експертів, а не друзів, щоб вони йому допомагали у вирішенні завдань.

Політичному лідеру властиві експресивні рухи, переміщення без відпочинку. Для політичних лідерів з високою потребою в досягненні не рідкісні нечесність, коли це необхідно для досягнення мети. Іноді, вони можуть піти на порушення закону.

Д. Вінтером і Л. Карлсоном виявлено, що потреба в досягненні виховується, багато в чому, батьками, які є для майбутнього політичного лідера високими еталонами.

Дуже часто ця потреба приймає настільки гіпертрофований характер, що політичний лідер йде на серйозний ризик. Подібний зсув до ризику призводить до невиправданих зовнішньополітичних дій, які часом перешкоджають досягненню поставленої мети.

Питання № 3. Потреба політичного лідера в афіліації і контролі.

Потреба політичного лідера в афіліації, тобто в приналежності до групи і отриманні схвалення, проявляється в турботі політичного лідера про близькі відносини з іншими. Під потребою в афіліації мається на увазі дружні, соціабельні відносини з іншими людьми. Але соціабельність виникає, на думку Д. Вінтера і Л. Карлсона, тільки в умовах «безпеки» (тобто, з собі подібними). З несхожими або з людьми, які несуть хоч яку-небудь загрозу, політичні лідери, що володіють потребою в афіліації, часто нестійкі і схильні до оборони. Їх взаємодія, прихильність з людьми є взаємними, так само, як і їх уникнення, нелюбов і розбіжності. Ймовірніше, що вони, за наявності таких властивостей, виберуть своїми радниками лояльних друзів, а не експертів. (і навпаки - Про Гітлера: Був людиною нетовариською. Зважав на інших лише тоді, коли вони були йому потрібні і робили те, що він вважав за правильне)

Для політичних лідерів з високою потребою в афіліації буде характерна перевага діадних стосунків груповим. Президенти з потребою в афіліації шукають безпечну дружбу, хоча і не обов'язково її знаходять. Оскільки люди з високою потребою в афіліації бувають оборонні і надчутливі в умовах ризику або конкуренції, то ПЛ з такою особовою межею, часто оцінюється суспільством як менш популярні, ніж ті, у кого ця потреба менше розвинена.

Такі ПЛ пасивні і легко схильні до впливу інших людей взагалі, так і конкретно тих, хто їм особливо привабливий. Проте, якість порад, отриманих від привабливих, лояльних, але не експертних радників часто буває дуже низькою. Нерідко, завдяки впливу радників, а також специфіки їх стилю ухвалення рішень, адміністрації президентів з високою потребою в афіліації можуть виявитися втягнутими в політичний скандал. Одним з важливих аспектів потреби в афіліації є пошук схвалення з боку інших. У політичного лідера такий пошук схвалення виявляється в його зовнішньополітичній діяльності.

Потреба політичного лідера в особистому контролі над подіями і людьми. Це прояв в політичній діяльності базової людської потреби в контролі зовнішніх сил і подій, що впливають на наше життя. Політичний лідер може відбирати певні області для свого контролю, релевантні його навичкам, причому, він робить цей вибір на основі сприйняття власних навичок і здібностей, де він сильний, а де ні. Таким чином, правильність і успішність вибору політичним лідером області для свого контролю залежить, багато в чому, від адекватності його Я-концепції і самооцінки.

Потреба політичного лідера в контролі над подіями і людьми також знаходить своє вдоволення в зовнішньополітичній діяльності, так само, як і мотивує його вчинки на міжнародній арені.

Питання № 4. Мотиви політичної участі

Сама по собі ззовні спостережувана політична участь ще не дозволяє судити про міру власної, внутрішньої активності громадян і їх добровільності в цій участі. Реально розуміти все це, дозволяє лише знання внутрішніх психологічних мотивів участі громадян в політиці. **Е. Фромм** робив акцент на необхідність психологічного аналізу в політиці думок або ідеологій, які приводять людину в політику, з тим, щоб виявити психологічне коріння, з якого ці думки і ідеології зростають.

Згідно з дослідженнями мотиваційної сфери рядових учасників політичного процесу, виділяються наступні основні види мотивів політичної участі:

1. Мотив інтересу і привабливості політики як сфери діяльності. Для певного типу людей політика просто цікава як сфера занять. Відповідно, вони і обирають її як сферу додаткових сил.
2. Пізнавальні мотиви. Політична система дає людині стійку картину світу. Це зручна пояснювальна схема, до того ж доступна далеко не всім. Відповідно, вона і залучає допитливі розуми, особливо в дитячому і підлітковому віці. Політичні знання дають їм перевагу над однолітками, гірше орієнтованим в політиці.
3. Мотив влади над людьми. Один з найбільш стародавніх, глибинних, і тому, не вимагаючий детальних коментарів.
4. Ідеологічні мотиви. Це стійкі мотиви, засновані на збігу власних цінностей людини, його ідейних позицій з ідеологічними цінностями політичної системи.
5. Мотиви перетворення світу. Це дуже сильні мотиви, зв'язані з розумінням недосконалості існуючого світу і наполегливим прагненням поліпшити, перетворити його. Як правило, мотиви цього роду властиві людям, що налаштовуються на професійне заняття політикою. Для них політика і є інструмент перетворення світу.
6. Традиційні мотиви. Дуже часто люди беруть участь в політиці тому, що так просто прийнято в їх місцевості, серед родичів, друзів і знайомих.
7. Меркантильні мотиви. Політика, як і інша сфера діяльності, являє собою, на певному рівні, оплачувану працю. Відповідно, для певних людей заняття політикою — просто спосіб заробити, починаючи від розклеювання передвиборчих листівок, закінчуючи посадою партійного функціонера.
8. Помилкові псевдо-мотиви. Це ті квазі-мотиви, які активно формує пропаганда будь-якої політичної системи «За Батьківщину! За Сталіна!».

Завдання до самостійної роботи:

1. Які на Вашу думку мотиви політичної участі є найвагомішими?
2. Наведіть прізвища політичних діячів за потребами у контролі.

Завдання до практичного заняття:

1. Законспекуйте інші концепції потреби у владі.
2. Підготуйте реферат на тему «мотиви політичної участі у сучасному українському суспільстві»

Глосарій:

Потреба в досягненні - турбота про досконалість, проявляється в поведінці, направленої на досягнення.

Потреба політичного лідера в афіліації, тобто в приналежності до групи і отриманні схвалення, проявляється в турботі політичного лідера про близькі відносини з іншими. Під потребою в афіліації мається на увазі дружні, соціабельні відносини з іншими людьми.

Потреба політичного лідера в особистому контролі над подіями і людьми - це прояв в політичній діяльності базової людської потреби в контролі зовнішніх сил і подій, що впливають на життя.

Рекомендована література:

Основна:

1. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. - К.: НАДУ, 2009. – 288 с.
2. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. – Національний торговельно-економічний університет.

Допоміжна:

1. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
2. Зимбардо Ф. Социальное влияние /Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб, Питер, 2001. – 448 с.
3. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Ольшанский. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 494 с.
4. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии / Г.Г. Почепцов – М.: Центр, 2003. – 384 с.
5. Психология социальных ситуаций / [под ред. Н.В. Гришиной]. – СПб.: Питер, 2001. – 416 с.
6. Ситников А.П. Политический консалтинг / А.П. Ситников, И. В. Огарь, Н.С. Бахвалова. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 624 с.
7. Шалагинова Л.В. Психология лидерства: [учебное пособие] / Л.В. Шалагинова. – СПб.: Речь, 2007. – 458 с.
8. Шестопал Е.Б. Политическая психология. Хрестоматия / Е.Б. Шестопал. – М.: Аспект-Пресс, 2007. – 432 с.

Розділ 10. Комплексні контрольні роботи

Варіант 1.

1. Зв'язок СП з іншими науками
2. Стереотипізація як механізм соціальної перцепції.
3. Чому, на Ваш погляд, реальна атрибуція соціальної поведінки й ідеальна атрибуція, здійснювана відповідно до теоретичних моделей, дуже часто не збігаються? У яких соціальних ситуаціях відбувається зближення результатів обох видів каузальної атрибуції?

Варіант 2.

1. Соціальна психологія як наука
2. Стилi слухання
3. Спробуйте обґрунтувати ту роль, що грає знання особливостей культури, до якої належить індивід, для прогнозування його поведінки.

Варіант 3.

1. Галузі соціальної психології.
2. Сутність і основні характеристики соціальної перцепції
3. Запропонуйте характеристики промови, яка зробить аргументацію більш переконливою.

Варіант 4.

1. Спілкування як комунікація
2. Функції невербального каналу комунікації
3. Чи можна вважати, що перше враження про людину носить помилковий характер?

Варіант 5.

1. Комунікативні стилі.
2. Визначення «малої групи».
3. При яких обставинах наші атрибуції про причини поведінки іншої людини виникають майже автоматично, на основі спостереження за його поведінкою, а при яких ми більш усвідомлено й вдумливо обробляємо каузальну інформацію?

Варіант 6.

1. Бар'єри комунікації.
2. Класифікація малих груп.
3. Скласти соціально-психологічну характеристику власної навчальної групи.

Варіант 7.

1. Цілі та чинники ефективного слухання.
2. Компоненти малої групи.
3. Обґрунтуйте роль та значення бар'єрів спілкування у повсякденному житті.

Варіант 8.

1. Стилi слухання
2. Психологічна структура малої групи.
3. Опишіть умови досягнення взаєморозуміння між людьми у процесі спілкування.

Варіант 9.

1. Помилки слухання.
2. Статусний розподіл в малій групі.
3. Чи сприяє Інтернет зміцненню соціальних контактів або підсилює соціальну ізоляцію?

Варіант 10.

1. Невербальний канал комунікації.
2. Рівні розвитку групи.
3. Яким соціально-психологічним феноменом можна пояснити той факт, що більшість людей вважає, що вони більше розумні, ніж звичайні, рівні їм по службовому рангу особи; що вони виконують свою роботу вище за середнє рівня; що в них більш високі, ніж в інших людей, моральні підвалини?

Варіант 11.

1. Класифікації невербальних засобів спілкування.
2. Підготовленість групи до спільної діяльності

3. Надайте характеристику власного місця за соціометричним статусом, який ви займаєте у студентській групі

Варіант 12.

1. Міміка як засіб спілкування.
2. Соціально-психологічний клімат
3. Опишіть умови досягнення взаєморозуміння між людьми у процесі спілкування.

Варіант 13.

1. Поза як засіб спілкування.
2. Групова згуртованість.
3. Чи всі люди неодмінно припускаються фундаментальної помилки атрибуції? Відповідь проілюструйте прикладами.

Варіант 14.

1. Жести як засіб спілкування.
2. Груповий тиск.
3. Яке практичне значення має знання помилок атрибуції?

Варіант 15.

1. Сутність і основні характеристики соціальної перцепції
2. Внутрішні чинники атракції.
3. Встановлено, що люди іноді не надають допомоги тим, хто потрапив у лихо, не тому, що вони байдужі й безсердечні, а через «тиск ситуації». Поясніть, яким образом ситуаційні фактори можуть утримувати людей від надання допомоги незнайомій людині.

Варіант 16.

1. Процес стереотипізації
2. Визначення «малої групи».
3. Надайте характеристику власного місця за соціометричним статусом, яке ви займаєте у студентській групі

Варіант 17.

1. Конформізм і груповий тиск.
2. Об'єкт і предмет соціальної психології.
3. Як Ви вважаєте, за якими критеріями можна оцінювати ефективність діяльності малої групи?

Варіант 18.

1. Поняття емпатії.
2. Бар'єри комунікації.
3. Як може бути використане поняття референтної групи в аналізі протиправної поведінки?

Варіант 19.

1. Зв'язок СП з іншими науками
2. Стереотипізація як механізм соціальної перцепції.
3. Чому, на Ваш погляд, реальна атрибуція соціальної поведінки й ідеальна атрибуція, здійснювана відповідно до теоретичних моделей, дуже часто не збігаються? У яких соціальних ситуаціях відбувається зближення результатів обох видів каузальної атрибуції?

Варіант 20.

- 1 Соціальна психологія як наука
- 2 Стилi слухання
- 3 Спробуйте обґрунтувати ту роль, що грає знання особливостей культури, до якої належить індивід, для прогнозування його поведінки.

Варіант 21.

1. Галузі соціальної психології.
2. Сутність і основні характеристики соціальної перцепції
3. Запропонуйте характеристики промови, яка зробить аргументацію більш переконливою.

Варіант 22.

1. Спілкування як комунікація
2. Функції невербального каналу комунікації
3. Чи можна вважати, що перше враження про людину носить помилковий характер?

Варіант 23.

1. Комунікативні стилі.
2. Визначення «малої групи».
3. При яких обставинах наші атрибуції про причини поведінки іншої людини виникають майже автоматично, на основі спостереження за його поведінкою, а при яких ми більш усвідомлено й вдумливо обробляємо каузальну інформацію?

Варіант 24.

1. Бар'єри комунікації.
2. Класифікація малих груп.
3. Скласти соціально-психологічну характеристику власної навчальної групи.

Варіант 25.

1. Цілі та чинники ефективного слухання.
2. Компоненти малої групи.
3. Обґрунтуйте роль та значення бар'єрів спілкування у повсякденному житті.

Варіант 26.

1. Стилi слухання
2. Психологічна структура малої групи.
3. Опишіть умови досягнення взаєморозуміння між людьми у процесі спілкування.

Варіант 27.

1. Помилки слухання.
2. Статусний розподіл в малій групі.
3. Чи сприяє Інтернет зміцненню соціальних контактів або підсилює соціальну ізоляцію?

Варіант 28.

1. Невербальний канал комунікації.
2. Рівні розвитку групи.
3. Яким соціально-психологічним феноменом можна пояснити той факт, що більшість людей вважає, що вони більше розумні, ніж звичайні, рівні їм по службовому рангу особи; що вони виконують свою роботу вище за середнє рівня; що в них більш високі, ніж в інших людей, моральні підвалини?

Варіант 29.

1. Класифікації невербальних засобів спілкування.
2. Підготовленість групи до спільної діяльності
3. Надайте характеристику власного місця за соціометричним статусом, який ви займаєте у студентській групі

Варіант 30.

1. Поняття емпатії.
2. Бар'єри комунікації.
3. Як може бути використане поняття референтної групи в аналізі протиправної поведінки?

Розділ 11. Семінарські заняття**Практичне заняття № 1**

«Соціальна психологія як наука. Історія розвитку соціальної психології»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «соціум», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «соціуму», «соціального кола»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

1. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
2. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
3. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Предмет соціальної психології.
2. Взаємозв'язок соціальної психології з іншими науками.
3. Проблеми та задачі соціальної психології в сучасних умовах розвитку суспільства.
4. Методологія наукового дослідження в соціальній психології.
5. Історія формування соціально-психологічних ідей.
6. Період експериментального розвитку соціальної психології у XX столітті.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Соціальна психологія — це розділ психології, котрий вивчає закономірності поведінки та діяльності людей, що обумовлені їх приналежністю до певних суспільних груп, та вивчає психологічні характеристики даних груп

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

1. Соціальна психологія на сучасному етапі розвитку.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення соціальної психології.

1. Назвіть основні функції соціальної психології.
2. У чому полягає зв'язок соціальної психології з іншими науками?
3. Назвіть основні історичні етапи розвитку соціальної психології.

Рекомендована література:

Базова

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.

Допоміжна

39. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: [учебное пособие для вузов] / Т. Э. Гринберг. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 316с.
40. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
41. Малишевский Н.Н. Технология и организация выборов / Н.Н. Малишевский. – Мн.: Харвест, 2003. – 256 с.
42. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа / А.Ю. Панасюк. – М.: Омега-Л, 2007. – 266 с.
43. Ситников А.П. Политический консалтинг / А.П. Ситников, И. В. Огарь, Н.С. Бахвалова. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 624 с.
44. Шейнов В.П. Психология лидерства и власти / В.П. Шейнов. – М.: Ось-89, 2008. – 604 с.

12. Інформаційні ресурси

www.lib.walla.ru;
www.iqlib.ru;
www.studentam.net;
www.gumer.info;

Практичне заняття № 2

«Загальна характеристика соціально-психологічних явищ та процесів.

Міжособові та суспільні відносини»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «міжособові та суспільні відносини», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «соціально-психологічних явищ», та «суспільних відносин»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

4. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
5. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
6. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Поняття «суспільні відносини».
2. Поняття «соціальна роль», «соціальна діяльність».
3. Виникнення міжособових відносин в середині системи суспільних відносин як форма їх прояву.
4. Емоційна основа міжособистісних відносин.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Суспільні відносини — це специфічні взаємодії, які врегульовані всілякими соціальними нормами. Виникають вони між двома і більше людьми, які відіграють певну соціальну роль, мають якусь соціальну позицію. Виникають вони також і між групами людей, між людиною і групою.

Міжособові відносини – це взаємозв'язки між людьми, що об'єктивно проявляються в характері і способах взаємних впливів, які здійснюють люди один на одного в процесі сумісної діяльності і спілкуванні.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

2. Визначна роль суспільних відносин для розвитку індивідуальної свідомості.
3. Соціальна роль як необхідний вид соціальної діяльності – спосіб поведінки особистості, що визначає її в системі суспільних відносин.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення суспільних та між особових стосунків.

4. Назвіть основні типи міжособових стосунків.
5. У чому полягає співвідношення соціальної ролі та типу міжособового спілкування?

Рекомендована література:

Базова

2. Головатий М. Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ.навч. закл.]/ М. Ф. Головатий. — [2-ге вид.]. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 400 с.

Допоміжна

45. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: [учебное пособие для вузов] / Т. Э. Гринберг. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 316с.

46. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа / А.Ю. Панасюк. – М.: Омега-Л, 2007. – 266 с.
47. Ситников А.П. Политический консалтинг / А.П. Ситников, И. В. Огарь, Н.С. Бахвалова. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 624 с.
48. Шейнов В.П. Психология лидерства и власти / В.П. Шейнов. – М.: Ось-89, 2008. – 604 с.

12. Інформаційні ресурси

www.lib.walla.ru;

www.iqlib.ru;

Практичне заняття № 3

«Спілкування в системі відносин людини»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «спілкування», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «спілкування»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

7. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
8. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
9. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Поняття «спілкування».
2. Структура і функції спілкування.
3. Спілкування як обмін інформацією.
4. Спілкування як взаємодія (інтерактивна сторона спілкування).
5. Спілкування як сприйняття людьми один одним (перцептивна сторона спілкування).
6. Спілкування як взаєморозуміння.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Спілкування — це процес передавання й сприймання повідомлень за допомогою вербальних і невербальних засобів, що охоплює обмін інформацією між учасниками спілкування, її сприйняття й пізнання, а також їхній вплив один на одного і взаємодією щодо досягнення змін у діяльності.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

4. Місце спілкування в системі відносин людини.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення спілкуванню.

6. Назвіть основні функції спілкування.
7. Розкрийте поняття «спілкування» як взаємодію, перцепцію, взаєморозуміння.

Рекомендована література:

Базова

3. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. – К. : НАДУ, 2009. – 288 с.
4. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. – Національний торговельно-економічний університет.

5. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

49. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. – М.:ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
50. Зимбардо Ф. Социальное влияние /Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.

12. Інформаційні ресурси

www.elibrary.ru;
www.lib.ru;
www.gumer.info;
www.flogiston.ru;
www.psylib.myword.ru.

Практичне заняття № 4

«Психологія малих груп»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «групи», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «група», «мала група»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

10. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
11. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
12. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Поняття «група», «мала соціальна група».
2. Поняттєвий апарат для описування структури групи в соціальній психології.
3. Класифікація груп.
4. Основні психологічні характеристики структури групи.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Соціальна група — це сукупність людей, виділена за соціально значимими критеріями (стать, вік, раса, національність, професія, місце проживання, дохід, влада, освіта та ін.).

Мала соціальна група – це контактна спільнота, яка взаємодіє на основі смислу спільності, має певний ступінь згуртованості, організованості й соціальної зрілості й володіє неповторною соціальною психікою.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

5. Проблема групи в соціальній психології.
6. Значення різних типів груп для детермінації поведінки індивіда.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення соціальної групи.

8. Назвіть основні функції соціальної групи.
9. До яких соціальних груп Ви належите?
10. Назвіть основні структурні компоненти малої соціальної групи.

Рекомендована література:

Базова

6. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. – К. : НАДУ, 2009. – 288 с.
7. Кальба Я. Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

51. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. – М.: Весь мир, 2002. – 237 с.
52. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
53. Зимбардо Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.
54. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А. И. Пирогов., Московский открытый социальный университет. – М.: Академ.Проект, 2005. – 362 с.
55. Психология социальных ситуаций / [под ред. Н.В. Гришиной]. – СПб.: Питер, 2001. – 416 с.

12. Інформаційні ресурси

[www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru;);

[www.lib.ru](http://www.lib.ru;);

[www.rsl.ru](http://www.rsl.ru;);

[www.wdl.ru](http://www.wdl.ru;);

Практичне заняття № 5 **«Психологія великих груп»**

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «група», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «соціальна група», «велика соціальна група»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

13. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
14. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
15. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Поняття «велика соціальна група».
2. Проблематика психології великих соціальних груп.
3. Стійкі соціальні групи в системі суспільних відношень.
4. Психологія класів, соціальних верств.
5. Соціальний характер, звички, традиції та образ життя.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Велика соціальна група — це спільноти людей, які існують у масштабах суспільства та розвиваються за соціально-психологічними закономірностями виявів масової психіки і, на відміну від малих груп, не вимагають обов'язкових особистих контактів. У великих групах, як правило, формуються загальноприйняті норми поведінки, культурні цінності і традиції, спільна думка і масові рухи.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

7. Вплив великих соціальних груп на змістовну сторону цінностей і потреб індивіда.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;

- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення велика соціальна група.

11. Назвіть основні функції великої соціальної групи.

12. До яких великих соціальних груп Ви має приналежність?

13. Назвіть основні історичні етапи розвитку великих соціальних груп.

14. Яку роль відіграють традиції та звички у виникненні та розвитку великих соціальних груп?

Рекомендована література:

Базова

8. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. – Національний торговельно-економічний університет.

9. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

56. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. – М.: Весь мир, 2002. – 237 с.

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

58. Ситников А.П. Политический консалтинг / А.П. Ситников, И. В. Огарь, Н.С. Бахвалова. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 624 с.

12. Інформаційні ресурси

www.elibrary.ru;

www.lib.ru;

www.rsl.ru;

www.wdl.ru;

www.lib.wall.ru;

www.iqlib.ru;

Практичне заняття № 6

«Соціальна психологія особистості та психологія націй»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «особистість», «нація», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «особистості», «нації»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

16. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.

17. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.

18. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Поняття «особистість» і «суспільство».

2. Поняття соціалізації. Механізми та інститути соціалізації.

3. Соціалізація і детермінація соціальної поведінки особистості.

4. Поняття «соціальної установки».

5. Психологічні особливості етнічних груп.

7. Психологія націй. Поняття національного характеру.

8. Національна свідомість. Поняття «етнічного стереотипу».

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Національний характер — це система ставлень конкретної етнічної спільності до різноманітних сторін оточуючої дійсності, що виявляється у стійких стереотипах їх мислення, емоційних реакціях і поведінці в цілому.

Етнічний стереотип — узагальнений, емоційно-насичений образ етнічної групи або її представників, який сформувався історично у контексті розвитку міжетнічних стосунків.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

8. Структура соціальної установки.
9. Функції соціальної установки в регуляції соціальної поведінки особистості.
10. Проблема вінецентризму.
11. Відносність та історичність національної психології.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення особистості та нації.

15. Назвіть основні етапи соціалізації особистості.
16. У чому полягає формування національної свідомості особистості?
17. Назвіть відомі Вам етнічні групи.

Рекомендована література:

Базова

10. Головатий М. Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ.навч. закл.]/ М. Ф. Головатий. — [2-ге вид.]. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 400 с.
11. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

59. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. – М.: Весь мир, 2002. – 237 с.
60. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
61. Зимбардо Ф. Социальное влияние /Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.

12. Інформаційні ресурси

www.studentam.net;
www.gumer.info;

Практичне заняття № 7

«Прикладні аспекти соціальної психології»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «соціальної психології», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «соціальна психологія»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

19. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
20. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
21. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Інструментарій практичного соціального психолога.
2. Психологія релігії.
3. Психологічні проблеми глобалізації.
4. Психологія реклами і масових комунікацій.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Глобалізація — процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації.

Масова комунікація — фундаментальний стан сучасного суспільства, в якому складна, функціонально диференційована соціальна структура втілена у символічних формах і образах, які здатна сприймати і розуміти корпоративна, масова й індивідуальна свідомість.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

12. Психологічне опосередкування в розв'язанні конфліктів.
13. Соціально-психологічні сапекти протиправної поведінки.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення релігії.

18. Назвіть основні функції соціальної реклами.
19. Що входить до основного інструментарію соціального психолога?
20. Назвіть основні причини глобалізації.

Рекомендована література:

Базова

12. Кальба Я. Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

62. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. – М.: Весь мир, 2002. – 237 с.
63. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. – М.:ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
64. Зимбардо Ф. Социальное влияние /Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.
65. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики / Е.Н. Пашенцев. – 2-е изд. – М.: Финпресс, 2000. – 229 с.
66. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А. И. Пирогов., Московский открытый социальный университет. – М.: Академ.Проект, 2005. – 362 с.
67. Психология социальных ситуаций / [под ред. Н.В. Гришиной]. – СПб.:Питер, 2001. – 416 с.

12. Інформаційні ресурси

www.elibrary.ru;
www.lib.ru;
www.flogiston.ru;
www.psylib.myword.ru.

Практичне заняття № 8

«Політична психологія як наука. Історія розвитку політичної психології»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «політичної психології», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «політична психологія»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

22. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.

23. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
24. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Дайте визначення поняття «політична психологія».
2. Назвіть об'єкт та предмет політичної психології.
3. Завдання політичної психології.
4. Назвіть передумови виникнення політичної психології.
5. Віхи становлення політичної психології.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Політика – цілеспрямована діяльність, пов'язана з прийняттям відповідальних рішень у галузі взаємовідносин між різними суспільними групами, державами й народами, пов'язана із боротьбою за здобуття або утримання державної влади, як знаряддя регулювання і формування цих стосунків.

Політична психологія – міждисциплінарна наукова галузь, що виникла на межі політології та соціальної психології. Вивчає психологічні компоненти і феномени (ціннісні орієнтації і певні судження, які пов'язані із політикою, погляди, настрої, почуття, волю, особливі риси характеру, потреби, мотиви, традиції та ін.), що формуються у людей в результаті соціально-політичних відносин і реалізуються в політичних діях індивідів, соціальних груп, класів, народів і націй.

Ленінізм – політична ідеологія і практика перевороту та захоплення влади в Росії на початку ХХ ст., а також встановлення диктатури революційної партії більшовиків на чолі з її Центральним Комітетом.

Макіавеллізм – державна політика, що не зупиняється перед жодними засобами боротьби (обманом, зрадництвом, убивствами) для досягнення своєї мети.

Марксизм – наукова система філософських, економічних і соціально-політичних поглядів, складових світогляд робочого класу; наука про пізнання і революційне перетворення світу, про закони розвитку суспільства, природи і людського мислення, про закони революційної боротьби робочого класу за скидання капіталізму, творчій діяльності трудящих в побудові соціалістичного і комуністичного суспільства.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

14. Методологічні основи політичної психології.
15. Зв'язок політичної психології з іншими науками.
16. Сучасний стан розвитку політичної психології.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Доведіть, що проблеми політичної психології є нагальними проблемами сучасної цивілізації.

21. Назвіть об'єкт і предмет політичної психології як науки.
22. Які основні напрямки взаємодії політичної психології з іншими науками?
23. Назвіть представників дослідження політичної психології у стародавні часи та їх основні думки.
24. Що стало головною передумовою виникнення політичної психології?

Рекомендована література:

Базова

13. Головатий М. Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ.навч. закл.]/ М. Ф. Головатий. — [2-ге вид.]. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 400 с.

14. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: навчально-методичний посібник/ О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. – Харків, 2009. – 94 с.
15. Пірен М. І.Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. –К. : НАДУ, 2009. – 288 с.
16. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. – Національний торговельно-економічний університет.
17. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

68. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. – М.: Весь мир, 2002. – 237 с.
69. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. – М.:ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
70. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Ольшанский. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 494 с.
71. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А. И. Пирогов. Московский открытый социальный университет. – М.: Академ.Проект, 2005. – 362 с.
72. Политическая психология / [под ред. А.А. Деркача, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева]. – М.; Екатеринбург: Академический Проект; Деловая книга, 2000. – 724 с.
73. Шестопап Е.Б. Политическая психология. Хрестоматия / Е.Б. Шестопап. – М.: Аспект-Пресс, 2007. – 432 с.

12. Інформаційні ресурси

www.elibrary.ru;
www.lib.ru;
www.rsl.ru;
www.wdl.ru;
www.lib.walla.ru;
www.iqlib.ru;
www.studentam.net;
www.gumer.info;
www.flogiston.ru;
[www.psylib.myword.ru.](http://www.psylib.myword.ru;)

Практичне заняття № 9

«Політика як психологічний феномен. Методи досліджень у політичній психології»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «політики», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «політика»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

25. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
26. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
27. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

- I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:
1. Дайте визначення поняття «політика».

2. Назвіть функції політики.
3. Завдання політики.
4. Методи досліджень у політиці.
5. Методи корекційного впливу на політичну поведінку.
6. Основні групи методів досліджень у політичній психології.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Політика – цілеспрямована діяльність, пов'язана з прийняттям відповідальних рішень у галузі взаємовідносин між різними суспільними групами, державами й народами, пов'язана із боротьбою за здобуття або утримання державної влади, як знаряддя регулювання і формування цих стосунків.

Метод експертних оцінок – це спосіб прогнозування та оцінки майбутніх результатів дій на основі прогнозів фахівців.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

17. Політика як система.
18. Політика як процес.
19. Політика як система правил гри.
20. Політика як діяльність.
21. Політика як система цінностей.
22. Людина як компонент політики.
23. Спостереження, опитування та тестування як методи досліджень у політичній психології.
24. Психологічні особливості проведення сфокусованих інтерв'ю та методу фокус груп.
25. Особливості використання методу «контент-аналізу» та проєктивних методик.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Наведіть приклади проявів функцій політики..

25. Назвіть основні завдання політики.

26. Дайте визначення «політична доктрина».

Назвіть групи методів досліджень у політичній психології.

27. Охарактеризуйте біхевіористичні методи досліджень у політичній психології.

28. Надайте характеристику статистичним методам досліджень у політичній психології.

Рекомендована література:

Базова

18. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: навчально-методичний посібник/ О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. – Харків, 2009. – 94 с.
19. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. –К. : НАДУ, 2009. – 288 с.
20. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. – Національний торговельно-економічний університет.
21. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

74. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. – М.: Весь мир, 2002. – 237 с.

75. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. – М.:ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
76. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Ольшанский. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 494 с.
77. Ольшанский Д.В. Психология современной российской политики. Хрестоматия по политической психологии / Д. В. Ольшанский. – М. ; Екатеринбург: Академический Проект: Деловая книга, 2001. – 648 с.
78. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А. И. Пирогов. Московский открытый социальный университет. – М.: Академ.Проект, 2005. – 362 с.
79. Шестопад Е.Б. Политическая психология. Хрестоматия / Е.Б. Шестопад. – М.: Аспект-Пресс, 2007. – 432 с.

12. Інформаційні ресурси

www.gumer.info;
www.flogiston.ru;
www.psylib.myword.ru.

Практичне заняття № 10

«Політична соціалізація особистості»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «соціалізація», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «політична соціалізація»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

28. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
29. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
30. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Дайте визначення поняття «соціалізація» та «політична соціалізація».
2. Назвіть основних агентів та основні інститути політичної соціалізації.
3. Завдання політичної соціалізації.
4. Стадії та механізми політичної соціалізації.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Соціалізація – комплексний процес засвоєння індивідом певної системи знань, норм і цінностей, які дозволяють йому бути повноправним членом суспільства.

Політична соціалізація – засвоєння особою соціального й політичного досвіду шляхом включення її у політичну систему, в управління політичними процесами.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

26. Типи політичної соціалізації.
27. Освіта як важливий засіб політичної соціалізації.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

29. Назвіть агентів та інститути політичної соціалізації на кожному її етапі.
30. Назвіть психологічні новоутворення у процесі політичної соціалізації.
31. Які основні типи політичної соціалізації Вам відомі?

Рекомендована література:

Базова

22. Головатий М. Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ.навч. закл.]/ М. Ф. Головатий. — [2-ге вид.]. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 400 с.
23. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: навчально-методичний посібник/ О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. — Харків, 2009. — 94 с.
24. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. — К. : НАДУ, 2009. — 288 с.
25. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. — Національний торговельно-економічний університет.
26. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

80. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. — М.: Весь мир, 2002. — 237 с.
81. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. — М.: ЮНИТИ, 2008. — 542 с.
82. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Ольшанский. — Екатеринбург: Деловая книга, 2001. — 494 с.
83. Ольшанский Д.В. Психология современной российской политики. Хрестоматия по политической психологии / Д. В. Ольшанский. — М. ; Екатеринбург: Академический Проект: Деловая книга, 2001. — 648 с.
84. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А. И. Пирогов. Московский открытый социальный университет. — М.: Академ.Проект, 2005. — 362 с.
85. Политическая психология / [под ред. А.А. Деркача, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева]. — М.; Екатеринбург: Академический Проект; Деловая книга, 2000. — 724 с.
86. Психология социальных ситуаций / [под ред. Н.В. Гришиной]. — СПб.: Питер, 2001. — 416 с.
87. Шестопад Е.Б. Политическая психология. Хрестоматия / Е.Б. Шестопад. — М.: Аспект-Пресс, 2007. — 432 с.

12. Інформаційні ресурси

www.elibrary.ru;
www.lib.ru;
www.rsl.ru;
www.wdl.ru;
www.lib.wall.ru;
www.iqlib.ru;
www.studentam.net;
www.gumer.info;
www.flogiston.ru;
www.psylib.myword.ru.

Практичне заняття № 11

«Я-концепція політичного лідера. Потреби політичних лідерів»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «Я-концепції», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «Я-концепція»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

31. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.

32. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
33. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Дайте визначення поняття «Я-концепція».
2. Суб'єктивні негативні почуття у відношенні до себе як складові низької самооцінки.
3. Прагнення до влади як компенсаторна реакція.
4. Складові «Я-концепції» політичного лідера.
5. Завдання політичного лідерства.
6. Функції політичного лідерства.
7. Методи досліджень політичного лідерства.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

«Я-концепція» – це прояв самосвідомості, динамічна система уявлень людини про себе. Вона формується під впливом досвіду кожного індивіда. Ця система становить основу вищої саморегуляції людини, на базі якої вона будує свої стосунки з оточуючим її світом.

Самооцінка – елемент **самосвідомості**, що характеризується емоційно насиченими оцінками самого себе як **особи**, власних здібностей, етичних якостей і вчинків; важливий регулятор поведінки.

Політичне лідерство – це процес взаємодії, в ході якої одні люди (лідери) знають і виражають потреби і інтереси своїх послідовників і через це володіють престижем і впливом, а інші (їх прихильники) добровільно віддають їм частину своїх владних повноважень для здійснення цілеспрямованого представництва і реалізації власних інтересів.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

28. Види самооцінки.
29. Зв'язок самооцінки та «Я-концепції».
30. Особливості прояву «Я-концепції» сучасних політиків.
31. Стили політичного лідерства.
32. Теорії політичного лідерства.
33. Концепції лідерської поведінки.
34. Культ особи.
35. Концепції ситуаційного лідерства.
36. Політичне лідерство в Україні.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

32. Охарактеризуйте типологію політичних лідерів на основі досліджень самооцінки та «Я-концепції».
33. Назвіть складові «Я-концепції політичного лідера».
34. Назвіть основні функції політичного лідерства.
35. Типологія політичного лідерства.
36. Якими якостями повинен володіти політичний лідер?
37. Підходи до визначення лідерства.

Рекомендована література:

Базова

27. Головатий М. Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ.навч. закл.]/ М. Ф. Головатий. — [2-ге вид.]. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 400 с.
28. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: навчально-методичний посібник/ О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. — Харків, 2009. — 94 с.
29. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. — К. : НАДУ, 2009. — 288 с.
30. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. — Національний торговельно-економічний університет.
31. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

88. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. — М.: Весь мир, 2002. — 237 с.
89. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. — М.: ЮНИТИ, 2008. — 542 с.
90. Лисовский С.Ф. Избирательные технологии. История, теория, практика / С.Ф. Лисовский, В.А. Евстафьев. — М.: РАУ Университет, 2000. — 319 с.
91. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Ольшанский. — Екатеринбург: Деловая книга, 2001. — 494 с.
92. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа / А.Ю. Панасюк. — М.: Омега-Л, 2007. — 266 с.
93. Шалагинова Л.В. Психология лидерства: [учебное пособие] / Л.В. Шалагинова. — СПб.: Речь, 2007. — 458 с.

12. Інформаційні ресурси

www.wdl.ru;
www.lib.wall.ru;
www.iqlib.ru;

Практичне заняття № 12

«Закономірності політичної поведінки натовпу»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «політичної поведінки натовпу», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «політична поведінка натовпу»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

34. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
35. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
36. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Дайте визначення поняття «політична поведінка», «натовп».
2. Назвіть психологічні особливості поведінки особистості у натовпі.
3. Механізми формування і склад натовпу.
4. Етапи формування натовпу.
5. Види натовпу.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Натовп – безструктурне скупчення людей, позбавлених ясно усвідомлюваної спільності цілей, але взаємно пов'язаних подібністю емоційного стану і спільним об'єктом уваги.

Політична поведінка – це сукупність реакцій соціальних суб'єктів (осіб, груп, спільнот) на певні форми, засоби і напрямки функціонування політичної системи.

Паніка – це емоційний стан, що виникає як наслідок або дефіцит інформації про якусь лякаючу або незрозумілу ситуацію, або її надмірний надлишок і що виявляється в імпульсивних діях.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

37. Натовп і політика.

38. Психологічні властивості натовпу.

39. Лідер у натовпі і механізми управління натовпом.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення натовпу.

38. Назвіть основні закономірності поведінки натовпу.

39. Які особливості поведінки особистості у натовпі Вам відомі?

40. Правила виходу з натовпу.

41. Особливості керування натовпом.

Рекомендована література:

Базова

32. Головатий М. Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ.навч. закл.]/ М. Ф. Головатий. — [2-ге вид.]. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 400 с.
33. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: навчально-методичний посібник/ О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. – Харків, 2009. – 94 с.
34. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. – К. : НАДУ, 2009. – 288 с.
35. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. – Національний торговельно-економічний університет.
36. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

94. Андреев А. Л. Политическая психология / А.Л. Андреев. – М.: Весь мир, 2002. – 237 с.
95. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения / Николая Геген. –СПб.: Питер, 2005. – 203 с.
96. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
97. Зимбардо Ф. Социальное влияние /Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.
98. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Ольшанский. – Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – 494 с.
99. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики / Е.Н. Пашенцев. – 2-е изд. – М.: Финпресс, 2000. – 229 с.
100. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А. И. Пирогов. Московский открытый социальный университет. – М.: Академ.Проект, 2005. – 362 с.

101. Политическая психология / [под ред. А.А. Деркача, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева]. – М.; Екатеринбург: Академический Проект; Деловая книга, 2000. – 724 с.
102. Психология социальных ситуаций / [под ред. Н.В. Гришиной]. – СПб.: Питер, 2001. – 416 с.
103. Шестопап Е.Б. Политическая психология. Хрестоматия / Е.Б. Шестопап. – М.: Аспект-Пресс, 2007. – 432 с.

12. Інформаційні ресурси

www.elibrary.ru;
www.lib.ru;
www.rsl.ru;
www.wdl.ru;
www.lib.walla.ru;
www.iqlib.ru;
www.studentam.net.

Практичне заняття № 13

«Чутки та стереотипи як знаряддя політичної боротьби»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно понять «чутки» та «стереотипи», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння понять «чутки» та «стереотипи»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

37. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
38. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
39. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Дайте визначення поняття «чутки», «стереотипи».
2. Класифікація чуток.
3. Викривлення у процесі циркуляції чуток.
4. Структура політичного стереотипу.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Чутки – це форма викривленої інформації про значимий об'єкт, котрий циркулює у великих групах в умовах неподолання та соціально-психологічної нестабільності.

Політичний стереотип – це образ соціально-психологічного явища, котрий володіє емоційністю, спрощеністю, символічністю.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

40. Фактори виникнення чуток.
41. Процес формування політичного стереотипу.
42. Особливості боротьби з чутками та стереотипами.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення стереотипу та чуток.

42. Назвіть основні закономірності циркуляції чуток у натовпі.

43. Які особливості прояву стереотипної поведінки особистості Вам відомі?

Рекомендована література:

Базова

37. Головатий М. Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ.навч. закл.]/ М. Ф. Головатий. — [2-ге вид.]. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 400 с.
38. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: навчально-методичний посібник/ О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. — Харків, 2009. — 94 с.
39. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. — К. : НАДУ, 2009. — 288 с.
40. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. — Національний торговельно-економічний університет.
41. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

104. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. — М.: Весь мир, 2002. — 237 с.
105. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения / Никола Геген. — СПб.: Питер, 2005. — 203 с.
106. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: [учебное пособие для вузов] / Т. Э. Гринберг. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 316 с.
107. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. — М.: ЮНИТИ, 2008. — 542 с.
108. Зимбардо Ф. Социальное влияние /Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. — СПб. : Питер, 2001. — 448 с.
109. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Ольшанский. — Екатеринбург: Деловая книга, 2001. — 494 с.
110. Ольшанский Д.В. Психология современной российской политики. Хрестоматия по политической психологии / Д. В. Ольшанский. — М.; Екатеринбург: Академический Проект: Деловая книга, 2001. — 648 с.
111. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А. И. Пирогов., Московский открытый социальный университет. — М.: Академ.Проект, 2005. — 362 с.
112. Политическая психология / [под ред. А.А. Деркача, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева]. — М.; Екатеринбург: Академический Проект; Деловая книга, 2000. — 724 с.
113. Психология социальных ситуаций / [под ред. Н.В. Гришиной]. — СПб.:Питер, 2001. — 416 с.
114. Ситников А.П. Политический консалтинг / А.П. Ситников, И. В. Огарь, Н.С. Бахвалова. — М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. — 624 с.
115. Шестопап Е. Б. Политическая психология. Хрестоматия / Е.Б. Шестопап. — М.: Аспект-Пресс, 2007. — 432 с.

12. Інформаційні ресурси

www.elibrary.ru;
www.lib.ru;
www.rsl.ru;
www.wdl.ru;
www.lib.walla.ru;
www.iqlib.ru;
www.studentam.net;
www.gumer.info;
www.flogiston.ru;

Практичне заняття № 14**«Політичний імідж (вимоги, моделі, психотехнології створення)»**

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «політичний імідж», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «політичний імідж»; формування навичок практичного застосування отриманих знань..

Завдання:

40. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
41. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
42. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:**I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:**

1. Дайте визначення поняття «політичний імідж».
2. Складові політичного іміджу.
3. Структура політичного іміджу.
4. Психологічний образ політичного іміджу.
5. Психологічні моделі політичного іміджу.
6. Стан проблеми дослідження політичного іміджу.
7. Фактори формування іміджу.
8. Типологія іміджів.
9. Моделі політичного іміджу.
10. Просодичні та кінестетичні складові політичного іміджу.
11. Демографічні та психологічні складові політичного іміджу.
12. Соціальний, символічний та політичний компонент іміджу політика.
13. Передвиборча легенда.
14. Маніпулятивні психологічні технології створення політичного іміджу.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

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

Моделі іміджу – це структуровані певним чином різноманітні характеристики, відповідні «обчисленому» політичному іміджу.

Психологічна технологія – це цілісна методична система, що складається з трьох основних частин:

- діагностичної;
- інтерпретаційної (або пояснювальної);
- корекційної.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

43. Психотехнології створення політичного іміджу.
44. Проблеми формування ефективного політичного іміджу.
45. Етапи формування іміджу політичної партії.
46. Вимоги до моделей іміджу.
47. Використання соціальної перцепції для створення іміджу.
48. Використання соціально-психологічних феноменів «контрасту» і «подібності» для створення іміджу.
49. Використання вербальних та лінгвістичних прийомів для створення іміджу.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;

- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення політичного іміджу.

44. Назвіть структурні компоненти політичного іміджу.

45. Які психотехнології формування політичного іміджу, на Ваш погляд, є найбільш ефективними?

46. Назвіть основні вимоги до створення політичного іміджу.

47. Які моделі політичного іміджу Вам відомі?

Надайте визначення психотехнології. Психологічна технологія як засіб впливу на персонал.

48. Назвіть складові психологічної технології.

49. У чому полягають технологічні функції іміджу.

Рекомендована література:

Базова

42. Головатий М. Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ.навч. закл.]/ М. Ф. Головатий. — [2-ге вид.]. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 400 с.
43. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: навчально-методичний посібник/ О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. — Харків, 2009. — 94 с.
44. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. — К. : НАДУ, 2009. — 288 с.
45. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. — Національний торговельно-економічний університет.
46. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

116. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. — М.: Весь мир, 2002. — 237 с.
117. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: [учебное пособие для вузов] / Т. Э. Гринберг. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 316с.
118. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. — М.:ЮНИТИ, 2008. — 542 с.
119. Зимбардо Ф. Социальное влияние /Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. — СПб. : Питер, 2001. — 448 с.
120. Ляпина Т.В. Политическая реклама / Т.В. Ляпина. — Киев: ВИРА-Р, 2000. — 452с.
121. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Ольшанский. — Екатеринбург: Деловая книга, 2001. — 494 с.
122. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А. И. Пирогов., Московский открытый социальный университет. — М.: Академ.Проект, 2005. — 362 с.
123. Политическая психология / [под ред. А.А. Деркача, В.И. Жукова, Л.Г. Лаптева]. — М.; Екатеринбург: Академический Проект; Деловая книга, 2000. — 724 с.
124. Психология социальных ситуаций / [под ред. Н.В. Гришиной]. — СПб.:Питер, 2001. — 416 с.
125. Ситников А.П. Политический консалтинг / А.П. Ситников,И. В. Огарь, Н.С. Бахвалова. — М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. — 624 с.
126. Шестопап Е. Б. Политическая психология. Хрестоматия / Е.Б. Шестопап. — М.: Аспект-Пресс, 2007. — 432 с.

12. Інформаційні ресурси

www.elibrary.ru;

www.lib.ru;
www.rsl.ru;
www.wdl.ru;
www.lib.walla.ru;
www.iqlib.ru;
www.studentam.net;
www.gumer.info;
www.flogiston.ru;
www.psylib.myword.ru.

Практичне заняття № 15

«Стратегія та тактика виборчої кампанії»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно понять «стратегія» та «тактика», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння понять «стратегія» та «тактика»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

43. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
44. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
45. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Дайте визначення поняття «стратегія», «тактика».
2. Підходи до формування виборчих кампаній.
3. Види стратегій формування команди кандидата.
4. Етапи розробки і реалізації **стратегії і тактики проведення виборчої кампанії**.
5. Складові виборчої стратегії.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Кандидат – це головний ресурс виборчої кампанії, і його вирішальний **імідж** необхідно використати з максимальним ефектом.

Передвиборча кампанія – це необхідний етап підготовки і проведення повноцінних і змістовних виборів.

Стратегія – це змістовна складова кампанії, яка описує, що і чому необхідно зробити, що донести до виборців, щоб вони віддали свої голоси за певного кандидата або партію.

Тактика виборчої кампанії – сукупна цілісність прийомів і методів, які дають можливість найбільш оптимально і ефективно впровадити в масову **свідомість** виборців її змістовну стратегію і примусити їх проголосувати за того чи іншого кандидата.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

50. Тактика проведення заходів в процесі виборчих кампаній.
51. Інформаційно – аналітичний напрям у вирішенні тактичних завдань виборчої кампанії.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення стратегія та тактика.

50. Назвіть основні структурні елементи стратегії і тактики виборчої кампанії.

51. Які стратегії і тактики виборчих кампаній Вам відомі?

Рекомендована література:

Базова

47. Головатий М. Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ.навч. закл.]/ М. Ф. Головатий. — [2-ге вид.]. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 400 с.
48. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджологія: навчально-методичний посібник/ О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. — Харків, 2009. — 94 с.
49. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. — К. : НАДУ, 2009. — 288 с.
50. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. — Національний торговельно-економічний університет.
51. Кальба Я.С. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. С. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

127. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. — М.: Весь мир, 2002. — 237 с.
128. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: [учебное пособие для вузов] / Т. Э. Гринберг. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 316 с.
129. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. — М.: ЮНИТИ, 2008. — 542 с.
130. Лисовский С.Ф. Избирательные технологии. История, теория, практика / С.Ф. Лисовский, В.А. Евстафьев. — М.: РАУ Университет, 2000. — 319 с.
131. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Ольшанский. — Екатеринбург: Деловая книга, 2001. — 494 с.
132. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики / Е.Н. Пашенцев. — 2-е изд. — М.: Финпресс, 2000. — 229 с.
133. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии / Г.Г. Почепцов — М.: Центр, 2003. — 384 с.
134. Психология социальных ситуаций / [под ред. Н.В. Гришиной]. — СПб.: Питер, 2001. — 416 с.
135. Ситников А.П. Политический консалтинг / А.П. Ситников, И. В. Огарь, Н.С. Бахвалова. — М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. — 624 с.

12. Інформаційні ресурси

www.elibrary.ru;
www.lib.ru;
www.rsl.ru;
www.wdl.ru;
www.lib.walla.ru;
www.iqlib.ru;
www.studentam.net;
www.gumer.info;
www.flogiston.ru;
www.psylib.myword.ru.

Практичне заняття № 16

«Формування команди кандидата. Психологічні методи формування команди кандидата»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «команда кандидата», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «команда кандидата»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

46. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
47. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
48. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Дайте визначення поняття «команда кандидата».
2. Психологічна структура команди кандидата.
3. Патронажна й апаратна частини команди, їх функції.
4. Принципи формування виборчої команди.
5. Кількісний та якісний склад кандидатської команди.
6. Структурно-функціональна будова команди політичного кандидата.
7. Життєвий цикл команди політичного лідера.
8. Функції команди кандидата.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Команда кандидата – це група наближених до кандидата людей, які допомагають йому організувати і провести виборчу кампанію.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

52. Риси кандидатської команди.
53. Функціональна структура передвиборчої команди.
54. Неформальні групи підтримки команди політичного кандидата.
55. Інформаційне забезпечення роботи правлячої команди.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення команди кандидата.

52. Назвіть основні закономірності формування команди кандидата.
53. Яки особливими рисами наділена команда кандидата?
54. Навіщо створюються неформальні групи підтримки команди кандидата.
55. Які структурні підрозділи у команді політичного кандидата Вам відомі?

Рекомендована література:

Базова

52. Головатий М. Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ.навч. закл.]/ М. Ф. Головатий. — [2-ге вид.]. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 400 с.
53. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: навчально-методичний посібник/ О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. – Харків, 2009. – 94 с.
54. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. –К. : НАДУ, 2009. – 288 с.
55. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. – Національний торговельно-економічний університет.
56. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

136. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. – М.: Весь мир, 2002. – 237 с.
137. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: [учебное пособие для вузов] / Т. Э. Гринберг. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 316с.
138. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. – М.:ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
139. Кошелюк М.Е. Выборы. Магия игры. Технологии победы / М.Е. Кошелюк. М.:Макцентр, 2000. – 192 с.
140. Ляпина Т.В. Политическая реклама / Т.В. Ляпина. – Киев: ВИРА-Р, 2000. – 452с.
141. Малишевский Н.Н. Технология и организация выборов / Н.Н. Малишевский. – Мн.: Харвест, 2003. – 256 с.
142. Малкин Е. Основы избирательных технологий /Е. Сучков. – 2-е изд. – М.: Русская панорама, 2000. – 384 с.
143. Морозова И. Слагая слоганы / Ирина Морозова. – М.:РИП-холдинг, 2001. – 315с.
144. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики / Е.Н. Пашенцев. – 2-еизд. – М.: Финпресс, 2000. – 229 с.
145. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии / Г.Г. Почепцов – М.: Центр, 2003. – 384 с.
146. Ситников А.П. Политический консалтинг / А.П. Ситников,И. В. Огарь, Н.С. Бахвалова. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 624 с.
147. Шестопал Е. Б. Политическая психология. Хрестоматия / Е.Б. Шестопал. – М.: Аспект-Пресс, 2007. – 432 с.

12. Інформаційні ресурси

www.elibrary.ru;
www.lib.ru;
www.iqlib.ru;
www.studentam.net;
www.gumer.info;
www.flogiston.ru;
www.psylib.myword.ru.

Практичне заняття № 17

«Публічні виступи кандидата»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «кандидат», «публічний виступ», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «кандидат», «публічний виступ»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

49. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
50. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
51. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Дайте визначення поняття «кандидат», «публічний виступ».
2. Мета та завдання публічного виступу.
3. Форми публічного виступу.
4. Етапи публічного виступу.

5. Структурні компоненти виступу за Е. Джейн.
6. Етапи підготовки і проведення публічного виступу.
7. Типи ораторів.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Проксеміка – це наука про тимчасову і просторову організацію спілкування.

Публічний виступ – це публічна взаємодія кандидата з аудиторією. Це усне монологічне висловлення з метою досягнення впливу на аудиторію.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

56. Вимоги до публічного виступу кандидата.
57. Публічні виступи кандидата у ході виборів.
58. Публічні дебати як різновид публічного виступу.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення публічного виступу.

56. Назвіть основні вимоги до публічного виступу.

57. Які різновиди публічних виступів Вам відомі?

Рекомендована література:

Базова

57. Головатий М. Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ.навч. закл.]/ М. Ф. Головатий. — [2-ге вид.]. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 400 с.
58. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: навчально-методичний посібник/ О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. – Харків, 2009. – 94 с.
59. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. – К. : НАДУ, 2009. – 288 с.
60. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. – Національний торговельно-економічний університет.
61. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

148. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. – М.: Весь мир, 2002. – 237 с.
149. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 542 с.
150. Зимбардо Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйпше. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.
151. Кошелюк М.Е. Выборы. Магия игры. Технологии победы / М.Е. Кошелюк. М.:Макцентр, 2000. – 192 с.
152. Малишевский Н.Н. Технология и организация выборов / Н.Н. Малишевский. – Мн.: Харвест, 2003. – 256 с.
153. Малкин Е. Основы избирательных технологий / Е. Сучков. – 2-е изд. – М.: Русская панорама, 2000. – 384 с.
154. Морозова И. Слагая слоганы / Ирина Морозова. – М.:РИП-холдинг, 2001. – 315с.
155. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики / Е.Н. Пашенцев. – 2-е изд. – М.: Финпресс, 2000. – 229 с.
156. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А. И. Пирогов., Московский открытый социальный университет. – М.: Академ.Проект, 2005. – 362 с.

157. Психология социальных ситуаций / [под ред. Н.В. Гришиной]. – СПб.: Питер, 2001. – 416 с.
158. Ситников А.П. Политический консалтинг / А.П. Ситников, И. В. Огарь, Н.С. Бахвалова. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 624 с.

12. Інформаційні ресурси

www.elibrary.ru;
www.lib.ru;
www.rsl.ru;
www.wdl.ru;
www.lib.walla.ru;
www.iqlib.ru;
www.studentam.net;
www.gumer.info;
www.flogiston.ru;
www.psylib.myword.ru.

Практичне заняття № 18 «Публічні виступи кандидата»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «кандидат», «публічний виступ», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «кандидат», «публічний виступ»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

52. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
53. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
54. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Дайте визначення поняття «кандидат», «публічний виступ».
2. Мета та завдання публічного виступу.
3. Форми публічного виступу.
4. Етапи публічного виступу.
5. Структурні компоненти виступу за Е. Джейн.
6. Етапи підготовки і проведення публічного виступу.
7. Типи ораторів.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Проксеміка – це наука про тимчасову і просторову організацію спілкування.

Публічний виступ – це публічна взаємодія кандидата з аудиторією. Це усне монологічне висловлення з метою досягнення впливу на аудиторію.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

59. Вимоги до публічного виступу кандидата.
60. Публічні виступи кандидата у ході виборів.
61. Публічні дебати як різновид публічного виступу.

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення публічного виступу.

58. Назвіть основні вимоги до публічного виступу.

59. Які різновиди публічних виступів Вам відомі?

Рекомендована література:

Базова

62. Головатий М. Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ.навч. закл.]/ М. Ф. Головатий. — [2-ге вид.]. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 400 с.
63. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: навчально-методичний посібник/ О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. — Харків, 2009. — 94 с.
64. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. — К. : НАДУ, 2009. — 288 с.
65. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. — Національний торговельно-економічний університет.
66. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

159. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. — М.: Весь мир, 2002. — 237 с.
160. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. — М.: ЮНИТИ, 2008. — 542 с.
161. Зимбардо Ф. Социальное влияние /Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. — СПб. : Питер, 2001. — 448 с.
162. Кошелюк М.Е. Выборы. Магия игры. Технологии победы / М.Е. Кошелюк. М.:Макцентр, 2000. — 192 с.
163. Малишевский Н.Н. Технология и организация выборов / Н.Н. Малишевский. — Мн.: Харвест, 2003. — 256 с.
164. Малкин Е. Основы избирательных технологий /Е. Сучков. — 2-е изд. — М.: Русская панорама, 2000. — 384 с.
165. Морозова И. Слагая слоганы / Ирина Морозова. — М.:РИП-холдинг, 2001. — 315с.
166. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики / Е.Н. Пашенцев. — 2-е изд. — М.: Финпресс, 2000. — 229 с.
167. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А. И. Пирогов., Московский открытый социальный университет. — М.: Академ.Проект, 2005. — 362 с.
168. Психология социальных ситуаций / [под ред. Н.В. Гришиной]. — СПб.:Питер, 2001. — 416 с.
169. Ситников А.П. Политический консалтинг / А.П. Ситников, И. В. Огарь, Н.С. Бахвалова. — М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. — 624 с.

12. Інформаційні ресурси

www.elibrary.ru;

www.lib.ru;

www.rsl.ru;

www.wdl.ru;

www.lib.walla.ru;

www.iqlib.ru;

www.studentam.net;

www.gumer.info;

www.flogiston.ru;

www.psylib.myword.ru.

Практичне заняття № 19

«Електоральна поведінка. Соціальна перцепція електорату»

Мета: закріплення та поглиблення знань, стосовно поняття «електоральна поведінка», поняття «соціальна перцепція», історії розвитку даного питання; вироблення власного розуміння поняття «електоральна поведінка»; формування навичок практичного застосування отриманих знань.

Завдання:

55. Поглиблене вивчення та засвоєння навчального матеріалу, оволодіння професійною лексикою.
56. Підтримка ініціативності та самостійності у виконанні поставлених завдань.
57. Сприяння розвитку творчих здібностей.

План:

I. Перевірка засвоєння студентами теоретичних положень з теми заняття:

1. Дайте визначення поняття «електоральна поведінка».
2. Об'єкт, предмет і методи дослідження електоральної поведінки.
3. Особливості прояву електоральної поведінки на усіх етапах виборів.
4. Теорії електоральної поведінки.
5. Дайте визначення поняття «соціальна перцепція», «електорат».
6. Об'єкт соціальної перцепції електорату.
7. Функції соціальної перцепції електорату.
8. Механізми соціальної перцепції електорату.

II. Основні поняття та терміни (тезаурус)

Електоральна поведінка – це сукупність дій, що виражають політичні орієнтації виборців щодо делегування їх повноважень представницьким органам влади, виявляється в участі або неучасті електорату (сукупності виборців) у голосуванні.

Електоральний простір – це вивчення та прогноз претендентами на оволодіння мандатів (за допомогою спеціальних методів) електоральної поведінки тієї частини населення, яка має право голосувати.

Соціальна перцепція — це багатофункціональний процес, який передбачає сприйняття зовнішніх ознак людини, співвіднесення їх з її особистісними характеристиками, інтерпретацію і прогнозування на цій основі її вчинків.

III. Аналіз та розгляд підготовленої студентами інформації на тему:

62. Види досліджень електоральної поведінки.
63. Методи прогнозування електоральної поведінки.
64. Гендерна специфіка сприйняття політичного лідерства.
65. Порівняльна характеристика виборчих кампаній двох політичних діячів (за вибором студента).

Оцінювання на практичному занятті:

- повна відповідь – від 0 до 5 балів;
- змістовне доповнення – від 0 до 1 балу;
- участь в обговореннях – від 0 до 1 балу;
- підготовка інформації – від 0 до 5 балів.

Питання для самоконтролю:

Надайте визначення електоральної поведінки.

60. Назвіть основні методи дослідження електоральної поведінки.

61. У чому закладається суть рейтингового методу досліджень?

Надайте визначення соціальної перцепції електорату.

62. Назвіть основні функції соціальної перцепції електорату.

63. У чому полягає гендерна специфіка сприйняття політичного лідера?

Рекомендована література:

Базова

67. Головатий М. Ф. Політична психологія: підруч. [для студ. вищ.навч. закл.]/ М. Ф. Головатий. — [2-ге вид.]. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 400 с.
68. Лактіонов О.М. Політична психологія та Іміджелогія: навчально-методичний посібник/ О.М. Лактіонов, Т.Б. Хомуленко. — Харків, 2009. — 94 с.
69. Пірен М. І. Публічна політична діяльність: навч. посіб. / М. І. Пірен. — К. : НАДУ, 2009. — 288 с.
70. Скулатова О.В. Політична психологія (№1/11-8540 від 20.05.13) / О.В. Скулатова. — Національний торговельно-економічний університет.
71. Кальба Я.Є. Психологія мас (№1/11-4816 від 10.04.12) / Я. Є. Кальба. — Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка.

Допоміжна

170. Андреев А. Л. Политическая психология / А. Л. Андреев. — М.: Весь мир, 2002. — 237 с.
171. Геген Н. Психология манипуляции и подчинения / Никола Геген. — СПб.: Питер, 2005. — 203 с.
172. Гуревич П.С. Политическая психология: [учебное пособие для студентов высших учебных заведений] / П.С. Гуревич. — М.: ЮНИТИ, 2008. — 542 с.
173. Лисовский С.Ф. Избирательные технологии. История, теория, практика / С.Ф. Лисовский, В.А. Евстафьев. — М.: РАУ Университет, 2000. — 319 с.
174. Ляпина Т.В. Политическая реклама / Т.В. Ляпина. — Киев: ВИРА-Р, 2000. — 452 с.
175. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии: [учебное пособие для вузов] / Д.В. Ольшанский. — Екатеринбург: Деловая книга, 2001. — 494 с.
- 176.
177. Пашенцев Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики / Е.Н. Пашенцев. — 2-е изд. — М.: Финпресс, 2000. — 229 с.
178. Пирогов А. И. Политическая психология: [учебное пособие для вузов] / А. И. Пирогов., Московский открытый социальный университет. — М.: Академ.Проект, 2005. — 362 с.
179. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии / Г.Г. Почепцов — М.: Центр, 2003. — 384 с.
180. Шестопап Е. Б. Политическая психология. Хрестоматия / Е.Б. Шестопап. — М.: Аспект-Пресс, 2007. — 432 с.

12. Інформаційні ресурси

www.elibrary.ru;
www.lib.ru;
www.rsl.ru;
www.wdl.ru;
www.lib.walla.ru;
www.iqlib.ru;
www.studentam.net;
www.gumer.info;
www.flogiston.ru;
www.psylib.myword.ru.

Розділ 14. Питання до заліку

Питання до заліку «Соціальна та політична психологія»

1. Соціальна психологія як наука.
2. Галузі соціальної психології.
3. Спілкування як комунікація.
4. Комунікативні стилі і бар'єри комунікації.
5. Цілі і чинники ефективного слухання.
6. Стилi і помилки слухання
7. Невербальний канал комунікації, його функції
8. Класифікації невербальних засобів спілкування.
9. Міміка і поза як засіб спілкування.
10. Жести і хода як засіб спілкування.
11. Просодика і екстралінгвістика як різновиди спілкування.
12. Такесичесичні та проксемічні засоби спілкування.
13. Інтерактивна сторона спілкування.
14. Поняття таі основні характеристики соціальної перцепції
15. Процес стереотипізації.
16. Поняття емпатії.
17. Поняття атрибуції. Помилки атрибуції
18. Поняття «аттракції». Її зовнішні чинники.
19. Внутрішні чинники аттракції.
20. Поняття натовпу. Види натовпів.
21. Особливості поведінки натовпу.
22. Психологічні особливості поведінки людини в натовпі
23. Визначення «малої групи». Класифікація малих груп.
24. Компоненти малої групи. Психологічна структура малої групи.
25. Рівні розвитку групи.
26. Соціально-психологічний клімат.
27. Групова згуртованість. Социометрія.
28. Груповий тиск. Конформізм і груповий тиск.
29. Поняття політичної психології
30. Основні сфери прикладного використання політико-психологічного знання.
31. Потреба влади як компенсаторна реакція.
32. Образ «Я» політика
33. Самооцінка політичних лідерів
34. Психологічні концепції потреби у владі.
35. Потреба політичного лідера в досягненні.
36. Потреба політичного лідера в аффіліації і контролі
37. Мотиви політичної участі
38. Потреба влади як компенсаторна реакція.
39. Образ «Я» політика
40. Самооцінка політичних лідерів
41. Поняття натовпу
42. Види натовпу.
43. Особливості поведінки натовпу.
44. Психологічні особливості поведінки людини в натовпі
45. Прийоми управління і маніпуляції натовпом.
46. Масова паніка
47. Запобігання і ліквідація масової паніки.
48. Феномен чуток і його вивчення.
49. Спотворення в процесі циркуляції чуток.
50. Стереотипи і забобони: вплив на політичну поведінку

Розділ 16. СРС

**Карта самостійної роботи студента
спеціальності Психологія
з дисципліни Соціальна та політична психологія**

Кредит та тема	Академічний контроль (форма представлення)*	Кількість балів (за видами роботи)**	Кількість балів всього за кредит	Термін виконання (тижні)***	Викладач (підпис)
Кредит № 1 «Вступ до Соціальної психології. Комуникативна сторона спілкування»	1. Складсти конспект до С1.	5	100	23.09- 28.09	
	2. Відповідь на семінарі С1.	5		23.09- 28.09	
	3. СР 1. Розробити опорні схеми // таблиці з 2-х питань (за власним вибором)	10		23.09- 28.09	
Семінар 1 Соціальна психологія як галузь психологічної науки					
Семінар 2. Комуникативні аспекти спілкування	Скласти конспект до С2.	5	100	30.09 – 5.10	
	Відповідь на семінарі С2.	5		30.09 – 5.10	
	СР 2. Розробити опорні схеми // таблиці з 2-х питань (за власним вибором)	10		30.09 – 5.10	
Семінар 3. Мова в міжособистісному спілкуванні	Відповідь на семінарі С3.	5	100	7.10 – 12.10	
	Конспект до С3.	5		7.10 – 12.10	

	Розробити опорні схеми // таблиці з 3-х питань (за власним вибором)	10		7.10 – 12.10	
Семинар 4. Ефективне слухання	Відповідь на семінарі С4	5		21.10 – 26.10	
	Конспект до С4.	5		21.10 – 26.10	
	Розробити опорні схеми // таблиці з 3-х питань (за власним вибором)	10		21.10 – 26.10	
Тема «Невербальні засоби спілкування»	Мультимедійна презентація «Невербальні засоби спілкування»	10		21.10 – 26.10	
	Розробити опорні схеми // таблиці з 3-х питань (за власним вибором)	10		21.10 – 26.10	
Кредит 2. Інтерактивна та перцептивна сторони спілкування	Відповідь на семінарі С5	10		28.10 – 2.11	
	Конспект до С5	5		28.10 – 2.11	
	Розробити опорні схеми // таблиці з 3-х питань (за власним вибором)	10		28.10 – 2.11	
Семинар 5. Спілкування як інтеракція	Відповідь на семінарі С6	10		4.11 – 9.11	
	Конспект до С6	5		4.11 – 9.11	
	Розробити опорні схеми // таблиці з 3-х питань (за власним вибором)	10		4.11 – 9.11	
Семинар 6. Поняття соціальної перцепції	Відповідь на семінарі С6	10		11.11 – 16.11	
	. Конспект до С6	5		11.11 – 16.11	
	Розробити опорні схеми // таблиці з 3-х питань (за	10		11.11 – 16.11	
Семинар 7. Атрибуція як механізм соціального сприйняття	Відповідь на семінарі С6	10		11.11 – 16.11	
	. Конспект до С6	5		11.11 – 16.11	
	Розробити опорні схеми // таблиці з 3-х питань (за	10		11.11 – 16.11	

	власним вибором)				
Тема «Атракція як механізм соціальної перцепції»	Контрольна робота	15		11.11 – 16.11	
	Розробити опорні схеми // таблиці з 3-х питань (за власним вибором)	10		11.11 – 16.11	
Кредит 3. Психологія великих і малих груп	Конспект до С8	5		18.11 – 23.11	
	Відповідь на семінарі С8	5		18.11 – 23.11	
	Семінар 8. Поняття малої групи	10		18.11 – 23.11	
Семінар 9 Характеристика соціально-психологічних процесів в малій групі	Конспект до С9	5		25.11 – 30.11	
	Відповідь на семінарі С9	5		25.11 – 30.11	
	Розробити опорні схеми // таблиці з 3-х питань (за власним вибором)	10		25.11 – 30.11	
Семінар 10 Психологія натовпу	Конспект до С10	5		2.12 -7.12	
	Відповідь на семінарі С10	5		2.12 -7.12	
	Розробити опорні схеми // таблиці з 3-х питань (за власним вибором)	10		2.12 -7.12	
Тема «Масові явища у великих групах»	Розробити опорні схеми // таблиці з 3-х питань (за власним вибором)	10		2.12 -7.12	
	Мультимедійна презентація теми	10		2.12 -7.12	
	Контрольна робота	20		2.12 -7.12	

Кредит 4. Політична поведінка особистості	Відповідь на семінарі С11	10		9.12 – 14.12	
	Конспект до С11	10		9.12 – 14.12	
С.11 Політична психологія як наука					
Тема «Я-концепція і мотивація політичного лідера»	Мультимедійна презентація	10		9.12 – 14.12	
Тема . Мотивація політичної поведінки	Мультимедійна презентація	10		9.12 – 14.12	
С. 12. Психотехнології розробки політичного іміджу	Відповідь на семінарі С12	10		16.12 – 21.12	
	Конспект до С11	10		16.12 – 21.12	
	Контрольна робота	20		16.12 – 21.12	
Всього балів за самостійну роботу		400 балів			
ВСЬОГО за семестр - 400 год.					

**Індивідуально-наукове дослідне завдання
з навчальної дисципліни «Соціальна та Політична психологія»**

Програма презентації сучасної політичної партії (або політика): психологічні аспекти (на прикладі вітчизняних або зарубіжних політичних діячів - за власним вибором).

ПЛАН ПРОГРАМИ

1. Актуальність проблеми.
2. Стан проблеми (аналіз останніх публікацій з обраної проблематики).
3. Загальна характеристика запропонованої програми:
 - мета;
 - завдання;
 - етапи реалізації;
 - змістові блоки.
4. Обґрунтування переваг програми;
5. Обґрунтування вад програми;
6. Цільова аудиторія для презентації програми;
7. Очікуванні результати;

8. Рекомендації щодо впровадження програми.
9. Висновки.
10. Список використаних джерел.

Структурними елементами індивідуально-дослідного завдання є:

- Титульний аркуш (1 сторінка).
- Зміст (1 сторінка).
- Вступ(1-2 сторінка).
- Основна частина (8-10 сторінок).
- бібліографічний список (1-2 сторінки).

Обсяг роботи складає не менше 12-16 сторінок, набраних на комп'ютері.

Робота має бути надрукована на білому папері формату А4. Текст має бути виконаний на комп'ютері з однаковим міжрядковим **1,5 інтервалом** в текстовому редакторі Microsoft Word for Windows. Текст набирається нежирним шрифтом Times New Roman, **14 розміром**. Розмір відступу на початку рядка (абзацу) - 5 знаків, що складає 1,25 см.

Робота виконується на листах з одного боку. Текст роботи слід розташовувати, дотримуючи наступні розміри полів: - ліве - 30 мм; праве - 10 мм; верхнє - 20 мм; нижнє - 20 мм. Вирівнювання тексту (за винятком заголовків) виробляється по ширині.