

- у виправленні невірних уявлень про оточуючих людей і суспільні відносини;
- у формуванні здатності розуміти своє власне місце в суспільному процесі;
- у навчанні аналізувати і розуміти себе самого з декількох позицій;
- у необхідності змінити деструктивну систему установок на більш адекватну, в результаті чого змінюються мотиви та емоції;
- у виробленні установок, які активно включають особистість у конструктивну суспільну діяльність;
- у сформуванні мислення так, щоб умовиводи відповідали життєвим фактам. Це означає, що клієнт повинен навчитися більш точному і логічного методу мислення; – у навчанні відстежувати риси особистісної незрілості.

Однак слід зазначити, що зміни невротичної поведінки у жінок не можуть бути здійснені за допомогою окремих порад, рекомендацій і вказівок на невідомі їм життєві факти. Вони не зміняться під впливом простої логіки. В основному консультування спрямоване на процес навчання і перенавчання. Але, поряд з цим, необхідний пошук глибинних причин тих чи інших установок і форм поведінки, їх опрацювання в контексті минулого досвіду. Важливими є техніки, які дадуть ресурсну підтримку.

Література

1. Делягин М.Г. Мировой кризис: общая теория глобализации / М.Г. Делягин. – Москва, ИНФРА-М, 2003 – 768 с.
2. Хорни К. Невротическая личность нашего времени / К. Хорни. – СПб.: Питер, 2002. – 224с.

Тепляков Н.Н.

*кандидат психологических наук,
доцент кафедры дифференциальной и специальной психологии
Одесского национального университета имени И.И. Мечникова*

ФЕНОМЕН «ИДЕАЛЬНЫЙ ПРЕЗИДЕНТ» В ОБЫДЕННОМ СОЗНАНИИ РЯДОВЫХ ИЗБИРАТЕЛЕЙ

Исследование политического сознания как отдельной личности, так и различных социальных групп, коллективов, этносов, до недавнего времени велось под определенным, сугубо профессиональным, углом зрения, где доминирующими проблемами выступали: восприятию политического лидера, политических партий; проблеме неформальной политической коммуникации, анализу политических идей Т.Г. Шевченко, реконструкции семантического

пространства политических партий и политической ментальности; взаимосвязи глобальных политических процессов в стране с процессами массового политического сознания и др.

На этом фоне, методы политической борьбы за голоса избирателя в период политических выборов, не только в странах бывшего союза, но и в политическом пространстве Украины, все чаще стали переходить этические границы, беря за основу тезис «Победителей не судят».

Переход от монопартийной системы управления государством, где выборы лидера партии (и автоматически главы государства) носили, как правило, формальный характер (с заранее определенным максимальным процентом проголосовавших «за» конкретного претендента), к демократическим формам управления, предполагает повышение истинной политической активности народных масс. Особенно остро проблема политической активности народных масс отмечается в период предвыборных компаний, где выбор кандидатов на пост главы государства уже проводится на альтернативной основе с соблюдением всех требований конституции и законодательной базы. Борьба кандидатов на президентский пост, в сущности, сводится к борьбе за голоса избирателей. В плоскости психологической науки вопрос борьбы за голоса избирателей очень тесно соприкасается с проблемами психологии личности, а конкретнее с ее системой ценностей, норм, стереотипов, установок и жизненных перспектив. Все прогнозы и расчеты на забитость, трусость, обособленность, пассивность, безразличие, политическое слабоумие политического электората с развалом союза лопнули как мыльный пузырь. Политическая активность народных масс не только выросла на несколько порядков, но и изменилась качественно. Обратной стороной этого демократического процесса стали те трудности, с которыми столкнулись социологи, политологи, психологи при реконструкции не только качественных параметров политического сознания различных социальных стратов избирателей, но и прогнозирование их трансформаций. Политическое сознание избирателей стало очень трудно прогнозируемо не потому, что плохо работает пропагандистская машина, а потому, что в корне изменились политические, экономические, психологические установки, ценности, стереотипы и жизненные перспективы рядовых граждан. Как правило, кандидаты на пост в президенты в период предвыборной борьбы ориентируются на данные социологических опросов, которые характеризуют общие оценки и отношения людей к конкретному кандидату. Но социология не в состоянии предоставить информацию о том, какие психологические феномены, образования лежат в основании окончательного выбора ответа в социологической анкете. Она не в состоянии определить те глубинные психологические процессы, которые лежат за такими поверхностными рейтингами популярности (или непопулярности) того или иного политического лидера или партии. Настороженное отношение к результатам социологических опросов должно вызываться еще и тем, что

методы сбора данных и выбор математического аппарата обработки полученных результатов у каждого института социологических исследований свой (или в лучшем случае имеют существенные отличия).

Взглянуть на исследуемую проблему через призму субъективного восприятия того или иного политического лидера как претендента на пост президента с позиций глубинных уровней обыденного сознания психики человека можно через семантические пространства и систему индивидуальных личностных смыслов политического сознания избирателей.

В своих работах [1; 2; 3; 4; 5] мы исследовали проблему политического выбора в рамках психосемантического подхода. Одной из актуальных проблем политической психологии является проблема представленности в обыденном сознании рядовых избирателей образа «идеальный президент», поскольку именно этот ориентир в его субъективной представленности на уровне обыденного сознания и есть ориентир в направлении к которому двигаются избиратели в предвыборной компании.

Главной целью новой генерации политиков стремящихся к власти стало стремление к публичной демонстрации той система политических ценностей, установок и позиций, которых еще не получила четких очертаний и контуров в массовом политическом сознании электората. И здесь, на этой платформе, в этом пространстве и начинает разыгрываться во всей красе трагедия доходящая до фарса. Дело в том, что в политическом сознании различных социальных стратов избирателей сформированы свои устоявшиеся стереотипы и образы политиков и президента страны как высшего статуса политического деятеля. И в своей презентации себя, своей команды, своей программы и перспектив развития страны будущий президент вынужден ориентироваться не на отдельные типы образов идеального президента в сознании студенческой молодежи, рабочего класса, тружеников сельского хозяйства, бизнесменов, а на своеобразный интегральный, обобщенный образ идеального президента.

Отбор оцениваемых персонажей (политических лидеров) и образов для разработанной нами методики диктовался логикой происходящих событий политического выбора в период помаранчевой революции. В качестве основных оцениваемых политических лидеров избирателям (участникам нашего исследования) были предложены: В. А. Ющенко, В. Ф. Янукович, Ю. В. Тимошенко, С. В. Кивалов, Л. М. Кучма, образы «мой идеал президента» и «самый плохой президент». В качестве своеобразных поляризационных ярлыков, которыми претенденты обменялись в предвыборных баталиях, были введены такие персонажи, как: Бармалей, кот Леопольд и Иван Дурак. Для реконструкции идентификационных процессов в политическом сознании избирателей в список оцениваемых образов был включен образ себя самого «Я сам», чтобы можно было видеть с кем, и в пространстве каких типичных образов и персонажей, данный избиратель или группа избирателей себя идентифицирует.

В эксперименте приняло участие 97 избирателей (из них 51 мужчина и 46 женщин) в возрасте от 19 до 49 лет. Для обработки использовался факторный анализ с подпрограммой вращения матриц методом – VERIMAX.

Полученные в эксперименте данные были сгруппированы на четыре группы: общегрупповая матрица (куда вошли результаты тестирования всех участников эксперимента), группа участников сторонников В.А. Ющенко; группа участников сторонников В.Ф. Януковича и группа участников не принимающих ни одного из претендентов на пост президента.

Исследование показало, что на уровне обыденного сознания рядовой избиратель оценивает образ идеального президента в пространстве таких оценочных парадигм, как «благородный аферист – подлый аферист»; «агрессивная религиозность – умиротворенная религиозность»; «рациональная конформность – латентная авторитарность»; «ответственность – безответственность»; «олигархическая душевная стратегия – народная душевная стратегия»; «реалист, практик – фантазер, романтик (виртуал)», «идеал современного демократического (гуманистического) политического лидера – идеал прежнего (диктаторского) типа политического лидера».

В пространстве обозначенных оценочных парадигм образ идеального политика в политическом сознании наших избирателей наделяется следующими качествами: стремлением к власти и карьерному росту; в ситуациях острой необходимости прибегать к жестким, авторитарным решениям; самодостаточный; склонен к неординарным самостоятельным, а не навязанным со стороны, решениям; к своим врагам и оппонентам относится как к врагам и никогда об этом не забывает; способен к жесткой (порою нечестной) борьбе со своими оппонентами; в меру пунктуальный и последовательный; чистоплотен и аккуратен; не склонен к дипломатии, хотя может вести разговор в дипломатическом ключе; придерживается (или публично демонстрирует что придерживается) буквы закона; благосклонно относится к инициативе своих коллег и соратников; может умело сочетать компромисс и принципиальность; способен к самокритике; главными мотивационными факторами деятельности для него выступают честь, мораль, совесть и гражданственность; по мере возможности старается идти своим путем, а не бездумно шагать по проторенным дорожкам и тропинкам своих предшественников; ответственно относиться к своим обязанностям и обещаниям; в редких экстремальных случаях может открыто сказать правду не взирая на чины и звания; не обращает особого внимания на критику и оскорбления в свой адрес со стороны; молча делает свое дело; по мере предоставленных возможностей стремится к поставленной цели.

Литература

1. Тепляков Н.Н. Восприятие политических лидеров в семантическом пространстве студентов–психологов (предвыборные технологии) / Николай Николаевич Тепляков // Наука и образование. – 2002. – № 1. – С. 51–58.
2. Тепляков Н.Н. Психосемантический анализ политического самосознания личности в период помаранчевой революции / Н.Н. Тепляков; наук. ред. С.Д. Максименко // Наукові записки Інституту психології імені Г.С. Костюка АПН України. – К. : Міленіум, 2007. – Вип. 33. – 474 с. – С. 201 – 215.
3. Тепляков Н.Н. Психосемантический анализ восприятия политических лидеров в период «помаранчевой» революции / наук. ред. С.Д. Максименко Тепляков // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики : міжвуз. зб. наук. праць. – Вип. 33/34. – Одеса : Астропринт, 2007. – 360 с. – С. 255–267.
4. Тепляков Н.Н. Психосемантический анализ политического выбора в период помаранчевой революции / Н.Н. Тепляков. – Одеса : ТМСИ, 2008. – 234 с.
5. Тепляков Н.Н. Психосемантический анализ трансформации сфер сознания личности (этика, эстетика, политика) [монография] / Н.Н. Тепляков. – Одеса: Издатель Н.П.Черкасов, – 2010. – 349 с.

Тімченко О.В.

*доктор психологічних наук, професор,
головний науковий співробітник науково-дослідної лабораторії екстремальної
та кризової психології
Національний університет цивільного захисту України*

Онiщенко Н.В.

*доктор психологічних наук, професор,
провідний науковий співробітник науково-дослідної лабораторії екстремальної
та кризової психології
Національний університет цивільного захисту України*

ЧИ СПРОМОЖНА СУЧАСНА ВІТЧИЗНЯНА ПСИХОЛОГІЧНА НАУКА ЗРОЗУМІТИ, ДОПОМОГТИ ТА ЗАХИСТИТИ НАШИХ ВОЇНІВ?

На початку 2016 року ми вперше зіткнулися з проектом Лаладжа Сноу (Lalage Snow) під назвою «Ми не мертві». Це серія портретів британських військовослужбовців до, під час та після їх участі у бойових діях в Афганістані. За вісім місяців, доки тривав цей проект, автору вдалося, мабуть, найбільш