

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТТЯ «ЛІДЕР»	3
1.1. Поняття та сутність лідера в соціології.....	3
1.2. Природа лідерства та його складники	3
1.3. Механізм формування уявлення про лідера в масовій свідомості	4
Висновок до розділу 1.....	4
РОЗДІЛ 2. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА НА ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ МАСИ ...	5
2.1. Характеристика етапів емпіричного дослідження та вибірки досліджуваних	5
2.2. Характеристика основних методик дослідження	Error!
Bookmark not defined.	
2.3. Аналіз отриманих результатів	5
Висновок до розділу 2.....	Error! Bookmark not defined.
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	6
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	Error! Bookmark not defined.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження: Одним з аспектів соціальної психології, який привертає до себе багато уваги, стала проблема вивчення проявів психічної діяльності в умовах груп та колективів. Одно-часний прояв однієї зі сторін свідомості великої кількості людей називають масовими психічними явищами.

Масові психічні явища, проходячи крізь найближче соціальне середовище людини – колектив, групу, починають активно впливати на особистість, її спілкування та стосунки.

Знання психології має використовувати у багатьох аспектах нашого життя – політика, виробництво, війни, телебачення, преса, радіо, реклама тощо. Завдяки науковим розробкам у галузі масових соціально-психологічних явищ вдосконалюються механізми впливу на різноманітні спільноти людей, розкриваються закономірності розповсюдження загальноприйнятих ідеалів, суджень, модних тенденцій, упереджень, чуток, вивчаються проблеми класів, націй, психологія релігії та багато іншого.

Об'єкт дослідження – вплив лідера на особливості поведінки маси.

Предмет дослідження – поняття лідера та окремі аспекти впливу лідера на особливості поведінки маси.

Мета дослідження: всебічно розглянути і дослідити поняття лідера, основні складники лідерства і його вплив на особливості поведінки маси.

Для досягнення мети були поставлені наступні **завдання:**

1. Теоретично проаналізувати поняття «лідер».
2. Визначити природу лідерства та його складники.
3. Виокремити механізм формування уявлення про лідера в масовій свідомості.
4. Провести дослідження щодо впливу політичного лідера на особливості поведінки маси.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТТЯ «ЛІДЕР»

1.1. Поняття та сутність лідера в соціології

У будь-якій групі виділяється керівник, лідер. Він може бути призначений офіційно, а може і не займати ніякого офіційного положення, але фактично керувати колективом у силу своїх організаторських здібностей. Керівник призначений офіційно, ззовні, а лідер висувається "знизу". Лідер не тільки направляє і веде своїх послідовників, але і хоче вести їх за собою, а послідовники не просто йдуть за лідером, але і хочуть йти за ним. Дослідження показують, що знання і здібності лідера оцінюються людьми завжди значно вище, ніж відповідні якості решти членів групи. Чому людина стає лідером? Відповідно до концепції «чорт» - лідер володіє певними властивостями, рисами, завдяки яким він висувається в лідери. Лідеру притаманні такі якості: впевненість в собі, гострий і гнучкий розум, компетентність як доскональне знання своєї справи, сильна воля, вміння зрозуміти особливості психології людей, організаторські здібності [2].

1.2. Природа лідерства та його складники

Аналогами іншомовного слова «лідер» в українській мові можна вважати слова «поводир», «провідник», «ватажок», «керманіч». У процесі вивчення проблеми лідерства вчені запропонували багато різних визначень цього поняття. У своїх визначеннях лідерства чимало авторів намагалося чітко сформулювати той особливий компонент, що його вносить сам лідер. Так, Р.Л. Дафт (Richard L. Daft) трактує лідерство як взаємовідносини між лідером і членами групи, які чинять вплив один на одного і спільно прагнуть реальних змін і досягнення результатів, що відбивають загальну мету. Дж. Террі (J. Terry) вважає, що лідерство – це вплив на групи людей, який спонукає їх до досягнення спільної мети. Р. Танненбаум (Robert Tannenbaum), І. Вешлер (I. Weschler) і Ф. Масарик (F. Masaryk) визначають лідерство як міжособистісну взаємодію, яка виявляється в конкретній ситуації на основі комунікативного процесу і спрямована на досягнення мети [19, с.215].

1.3. Механізм формування уявлення про лідера в масовій свідомості

Масова свідомість - збірне поняття, що означає свідомість значної частини людей, маси громадян, що належать найчастіше до різних соціальних груп, верств і класів.

Масове ж свідомість характеризується тим, що його носієм є особлива сукупність громадян, звана масою (значна сукупність громадян, об'єднаних в ті чи інші позакласові, міжкласові і надкласові руху: релігійні, екологічні, антивоєнні і т.д., тобто сукупність людей, соціальні інтереси яких багато в чому різні), а причини об'єднання цих громадян в певну масу або рух пов'язані не стільки з загальним чи подібним соціально-економічним чи історико-етнічним становищем, скільки зі згуртуванням учасників навколо певної ідеї, гасла, цілі, виражають збіг їх устремлінь лише з даного питання або аспекту інтересів. Масова свідомість важливо саме своєю масовістю, поширеністю серед населення, причому незалежно від економічного чи соціального становища людей. Якщо говорити про суспільну роль масової свідомості, його вплив на суспільне життя, то, не ставлячи під питання величезну роль всіх форм суспільної свідомості, особливо що склалися історично і вже невіддільних від людської історії, було б великою помилкою не бачити, що масова свідомість - один з найважливіших каналів впливу на маси і маніпулювання масами [6, с.97].

Висновок до розділу 1

Лідером групи може стати тільки та людина, хто здатний привести групу до вирішення тих чи інших групових ситуацій, проблем, завдань, хто несе в собі найбільш важливі для цієї групи особистісні риси, хто несе в собі і розділяє ті цінності, які притаманні групі.

Особливості поведінки маси і, зокрема, її впливу на вхідних в неї індивідів залежать від індивідуальності лідерів, їх типів і психологічних якостей. Це, безумовно, люди особливого складу. Лідерство в масі принципово відрізняється від лідерства в групі і вимагає зовсім інших якостей.

РОЗДІЛ 2. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА НА ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ МАСИ

2.1. Характеристика етапів емпіричного дослідження та вибірки досліджуваних

Для досягнення поставленої вище мети передбачається проведення експертного опитування.

Таблиця 1

План проведення дослідження методом збору експертних думок

№ п / п	Заходи	Трудомісткість (дні)
1	Підготовка програми дослідження	10
2	Визначення числа експертів	3
3	Складання анкетного інтерв'ю	10
4	Збір експертних думок	5-7
5	Розшифровка інформації	2
6	Аналіз отриманої інформації	2

2.3. Аналіз отриманих результатів

Після збору анкет експертного інтерв'ю доцільно підведення підсумків, аналізу отриманої інформації.

Анкета починається із запитання: Як ви вважаєте, яким чином ЗМІ впливає на людей, і які способи вони для цього використовують? Відповідь була очевидна, засоби масової інформації впливають на людей за допомогою інформації, яка або переконує або вселяє контекст сприйняття того чи іншого фрагмента дійсності. В основному це вплив відбувається за рахунок спотворення інформації, як у своїх цілях, так і з метою замовника. Спотворення інформації може відбуватися як навмисно, так і випадково. Навмисно, коли нудно отримати вигоду (рейтинг ЗМІ, залучення людей).

Випадково, коли відбувається поспіх при підготовці матеріалу або недостатній професіоналізм кореспондентів.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Лідером групи може стати тільки та людина, хто здатний привести групу до вирішення тих чи інших групових ситуацій, проблем, завдань, хто несе в собі найбільш важливі для цієї групи особистісні риси, хто несе в собі і розділяє ті цінності, які притаманні групі. Лідер - це ніби дзеркало групи, лідер з'являється в даній конкретній групі, яка група - такий і лідер.

Метою дослідження було визначити роль засобів масової інформації в процесі формування образу політичного лідера.

У ході дослідження були визначені наступні гіпотези:

1. Засоби масової інформації формують образи політичних лідерів, багато в чому не відповідають уявленням про реальних політичних лідерах, до у масовій свідомості.
2. Образ політичного лідера, що існує в масовій свідомості і формованого засобами масової інформації, не збігаються.
3. Не всі люди приймають нав'язувані їм ЗМІ образи політичних лідерів.

Не всі гіпотези отримали своє підтвердження.

Саме тому породжується негативне сприйняття політичного життя і політичного лідера. У нашому суспільстві потрібно підвищувати політичну активність громадян, і з часом кожен втілить свого ідеального політичного лідера в життя.

Головне що можна порекомендувати, щоб у наших засобах масової інформації було менше замовних образів політиків, і головне цензура, щоб була. Не потрібно нав'язувати людям свої образи політичних лідерів, як ми переконалися це не завжди проходить. Люди повинні бачити реальних політичних лідерів і їх дії. Щоб розуміти, що робиться для розвитку країни. Врешті-решт, не політичні лідери вибирають народ, а народ обирає своїх політичних лідерів.