

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ОГІЄНКА
ФАКУЛЬТЕТ КОРЕКЦІЙНОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ
ПЕДАГОГІКИ І ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ЗАГАЛЬНОЇ ТА ПРАКТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ**

**Дипломна робота
(магістра)**

**з теми: «ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ УЯВЛЕНЬ
СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ПРО ІМІДЖ
ПОЛІТИЧНОГО ДІЯЧА»**

Виконала: студентка 2 курсу
Pss1-M19z групи
спеціальності 053 Психологія
(заочна форма навчання)
Чапля Софія Іванівна

Керівник:
Онуфрієва Ліана Анатоліївна,
доктор психологічних наук,
професор, завідувач кафедри
загальної та практичної психології

Рецензент:
Івашкевич Едуард Зенонович,
доктор психологічних наук,
професор, професор кафедри
загальної та практичної психології

Кам'янець-Подільський – 2021 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ПРОБЛЕМИ ІМІДЖУ В СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЇ	8
1.1. Основні підходи до розуміння іміджу політичного діяча	8
1.2. Аналіз психологічних концепцій формування іміджу в політиці	18
1.3. Вікові та педагогічні особливості і фактори, які впливають на формування уявлень про імідж у студентів закладів вищої освіти ..	26
1.4. Модель іміджу політичного діяча	37
Висновки до розділу 1	41
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ УЯВЛЕНЬ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ПРО ІМІДЖ ПОЛІТИЧНОГО ДІЯЧА	42
2.1. Методи і методики дослідження. Організація і проведення дослідження	42
2.2. Аналіз первинних даних щодо особливостей уявлень студентської молоді про імідж політичного діяча	45
2.3. Гендерні відмінності уявлень студентської молоді про імідж політичного діяча	53
2.4. Психолого-педагогічні аспекти формування уявлень про імідж політичного діяча в навчально-виховному процесі у студентів закладів вищої освіти	64
Висновки до розділу 2	72
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	77
ДОДАТКИ	82

ВСТУП

Актуальність дослідження. Водночас із необхідністю підготовки висококваліфікованого фахівця-професіонала у закладах вищої освіти (далі ЗВО) на передній план висувається завдання формування політично культурної особистості, яка може динамічно орієнтуватися в сучасних вітчизняних і зарубіжних політичних системах та політичних діячах. Актуальність цього наукового напрямку зумовлена особливою роллю та значенням формування уявлень про імідж політичного діяча як складової частини політичної культури та політичної свідомості української молоді, що вбачається умовою становлення демократичного громадянського суспільства, позитивних перетворень у політичній системі; потребою наукового осмислення сутності та змісту впливу системи вищої професійної освіти на формування політичних уявлень і якостей особистості студента як громадянина; потребами в уточненні та коригуванні пошуку форм і методів навчання та виховання, що формують позитивні моделі політичної свідомості студентської молоді в сучасних умовах.

Саме політична свідомість найбільш рельєфно відображає ставлення особистості до соціально-політичних, економічних та інших процесів, які відбуваються в суспільстві, сприяє формуванню культури політичної поведінки особистості, центральною ланкою якої є уявлення про імідж політичного діяча як символу існуючої влади.

Вивчення та аналіз літературних джерел за означеними напрямками свідчить, що дослідження проблем сприйняття та формування іміджу політичної діяльності, особистості політика висвітлено у працях О. Абашкіної, І. Альохіної, Г. Андрєєвої, П. Берда, О. Берьозкіної, О. Вихристюк, Д. Водотинського, Є. Єгорової-Гантман, В. Зазикіна, С. Захарової, З. Зотової, О. Іваннікової, О. Панасюка, О. Перелигіної, Є. Петрової, В. Лебедевої, Т. Ліпмана, С. Ліпсета, Д. Лассуелла, Н. Любімова, Г. Почепцова, Р. Фурса, О. Феофанова, А. Цуладзе, В. Шепеля та ін., результати досліджень яких

створюють певну теоретико-методологічну базу для вирішення поставленого наукового завдання.

В Україні проблема іміджу політичного діяча розробляється порівняно недавно. Її психологічні аспекти розглядають В. Бебік, В. Васютинський, Д. Видрін, М. Головатий, В. Зливков, Ю. Зущик, В. Кривошеїн, О. Лавренко, М. Міліневський, О. Петрунко, Г. Почепцов, Т. Скрипаченко, Р. Старовойтенко, С. Телешун, П. Фролов, С. Яковенко, Н. Хазратова та ін.

Отже, проблема формування уявлень студентської молоді про імідж політика залишається маловивченою та актуальною з наукової та з практичної точки зору. Актуальність теми, недостатній ступінь її розробленості, об'єктивно зростаючі потреби в оптимізації системи вищої освіти зумовили вибір теми нашого дослідження.

Об'єкт дослідження – уявлення студентської молоді про імідж політичного діяча.

Предмет дослідження – особливості уявлень студентської молоді про імідж політичного діяча, які обумовлені їх гендером.

Мета дослідження полягає у виявленні гендерних розбіжностей в уявленнях студентської молоді про імідж політичного діяча.

Завдання дослідження:

1. Здійснити теоретичний аналіз основних підходів до розуміння сутності іміджу політичного діяча, механізмів його формування у свідомості людини.
2. Розвинути структурну модель іміджу політичного діяча та на її основі розробити спосіб моделювання іміджу політика як комплекс методів для вивчення уявлень про цей імідж.
3. Визначити особливості уявлень про імідж політичного діяча в студентської молоді різної статі.
4. Розробити методичні рекомендації для науково-педагогічних працівників ЗВО, спрямовані на формування уявлень у студентської молоді про імідж політичного діяча в навчально-виховному процесі.

Теоретико-методологічну базу дослідження склали фундаментальні положення про розвиток і формування особистості (О. Асмолов, Г. Балл, Л. Божович, М. Боришевський, Ж. Вірна, Л. Виготський, І. Кон, Г. Костюк, С. Максименко, Л. Мітіна, В. Семиченко, Т. Титаренко, О. Фальова, Н. Шевченко, Т. Щербан), а також дослідження здійснені: в межах загальнопсихологічного напрямку (Б. Ананьєв, П. Гальперін, П. Зінченко, О. Леонт'єв, Б. Ломов, А. Петровський, С. Рубінштейн); у межах соціально-психологічного напрямку (Г. Андрєєва, В. Васютинський, І. Ващенко, Ю. Завацький, Т. Ліпман, Л. Орбан-Лембрик, Н. Хазратова); у межах психолого-політологічного напрямку (О. Вознесенська, Є. Єгорова-Гантман, В. Зазикін, З. Зотова, І. Кріксунова, В. Кривошеїн, О. Лавренко, М. Міліневський, О. Петрунько, Г. Почепцов, Є. Соловійова, Т. Скріпаченко, П. Фролов, Р. Фурс, Д. Фрасер, В. Шепель).

Методи дослідження: *теоретичні* – аналіз, узагальнення, моделювання для створення структурної моделі іміджу політичного діяча, яка уможливила вивчити його як багатопланове, цілісне утворення; *емпіричні* – анкетування, бесіда, тестування для виявлення гендерних особливостей уявлень студентської молоді, метод експертних оцінок для оцінки та оптимізації запропонованого діагностичного комплексу; *методи математичної обробки емпіричних даних* – для аналізу та інтерпретації даних емпіричного дослідження.

Наукова новизна магістерського дослідження полягає в тому, що розроблено спосіб моделювання іміджу політичного діяча; встановлено наявність в уявленнях студентської молоді про імідж політичного діяча значних гендерних відмінностей, заснованих на особливостях гендерної соціалізації, що здійснюють безпосередній вплив на електоральний вибір; розроблено типологію уявлень студентської молоді про імідж політичного діяча; презентовано структурну модель іміджу політичного діяча, що складається з трьох основних блоків: зовнішність, статус, особистість.

Практичне значення одержаних результатів. Результати емпіричного дослідження щодо пріоритетних зовнішніх функціональних, статусних,

характерологічних, ділових, морально-етичних якостей політичного діяча, що відповідають позитивному іміджу в уявленнях виборців, можуть бути використані при підготовці навчальних та навчально-методичних посібників для студентів психологічних, соціологічних та інших спеціальностей.

Надійність та вірогідність результатів дослідження забезпечувалась використанням методів, адекватних меті та завданням дослідження, кількісним та якісним аналізом отриманих даних.

База дослідження. Дослідження проводилось упродовж 2019-2020 навчального року. Вибірку дослідження склали студенти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка (n=300 осіб віком 19-26 років).

Апробація та впровадження результатів. Основні результати дослідження доповідались та отримали схвалення на таких міжнародних конференціях: на звітній науковій конференції студентів і магістрантів за підсумками НДРС у 2019-2020 навчальному році зі спеціальності «Психологія» (Кам'янець-Подільський, 10-23 вересня 2020 р.), на VI Міжнародній науково-практичній конференції Актуальні проблеми експериментальної психології: досвід та перспективи на пошану професора А.І. Шинкаряка та до 102 річниці заснування Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка (27 жовтня 2020 р., м. Кам'янець-Подільський), на VI Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми сучасної психології: перспективні та пріоритетні напрями наукових досліджень молодих науковців», (Кам'янець-Подільський, 19 листопада 2020 р.), на V Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми психології особистості на європейському просторі» (Кам'янець-Подільський, 14 лютого 2020 р.), на XII Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми психології особистості та міжособистісних взаємин» (Кам'янець-Подільський, 23 квітня 2020 р.), на VI Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми психології особистості на європейському просторі» (Кам'янець-

Подільський, 15 лютого 2021 р.), на XIII Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми психології особистості та міжособистісних взаємин» (Кам'янець-Подільський, 23 квітня 2021 р.) та знайшли відображення у публікації автора.

Публікації. Чапля С.І. Гендерні особливості уявлень студентської молоді про імідж політичного діяча. *Актуальні проблеми сучасної психології: перспективні та пріоритетні напрями наукових досліджень молодих науковців*, 19 листопада 2020 р. : Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції / за ред. С.Д. Максименка, Л.А. Онуфрієвої. Кам'янець-Подільський : Видавець Ковальчук О.В., 2020. С. 85–88.

Структура та обсяг випускової роботи. Магістерська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, додатків, списку використаних джерел. Основний зміст роботи та додатки викладено на 76 сторінках. Робота містить рисунки, таблиці, додатки.

ВИСНОВКИ

На основі теоретичних та емпіричних результатів проведеного дослідження можна констатувати такі висновки:

1. В результаті аналізу та узагальнення основних підходів до розуміння сутності іміджу політичного діяча визначено, що уявлення про нього формуються на основі тих якостей політика, що не тільки реально існують, але й усвідомлено чи неусвідомлено йому приписуються. Формування уявлень про імідж політичного діяча в свідомості потенційного виборця відбувається як з допомогою механізмів цілеспрямованого впливу на його особистість, так і стихійних, спонтанних механізмів. До першої групи можна віднести пояснення, переконання, навіювання, вплив авторитетів, груповий вплив тощо, до другої – механізми копіювання, зараження, ідентифікації, аперцепції, уяви, фантазування тощо.

Показано, що становлення особистості як суб'єкта політики відбувається в процесі політичної соціалізації, тобто формування політичних уявлень, орієнтацій та установок, вироблення навичок участі в політичному житті суспільства, яке починається з раннього дитинства і продовжується усе свідоме життя.

Ефективна система політичної соціалізації у ЗВО повинна сприяти перетворенню індивіда в свідомого й активного суб'єкта політики, мотивувати та надавати можливість участі в політичному житті, одночасно забезпечуючи необхідними знаннями і навичками практичної діяльності, формуючи здібності до розуміння політичної дійсності та самовизначення у ній на основі адекватного ставлення до політичних реалій.

2. Удосконалена та обґрунтована структурна модель іміджу політичного діяча, основою для якої може слугувати уявлення як складне багатокомпонентне утворення, основними складовими якого є особливості зовнішнього вигляду політичного діяча, його статусні характеристики, а також психологічні властивості – характерологічні, мотиваційні та інтелектуальні.

3. Виявлено відмінності в уявленнях про імідж політичного діяча у дівчат і юнаків. Гендерні відмінності у віковій групі (18-20 років) пов'язані з такими особливостями: оскільки ця група повністю не сепарувалася від батьківської сім'ї, значний вплив на їх вибір ще надають гендерні стереотипи, які їм були «нав'язані» в ході соціалізації. Оскільки в соціалізації дівчат основним провідним мотивом є побудова сім'ї, то їх вибір без свідомо обумовлений образом бажаного сімейного партнера. Вибір юнаків обумовлений тим, що вони «вимагають» від політика, якого обирають, такі якості, які їм самим необхідно сформувати у себе на цьому віковому етапі, спираючись на вимоги «чоловічого варіанту» гендерної соціалізації.

У віковій групі (21-23 роки) починається більш чітка диференціація мотивів. У дівчат кар'єрний ріст у структурі цінностей посідає більш високе рейтингове місце, але при цьому сімейні цінності не втрачають своєю значущості. У юнаків сімейні цінності підвищуються у рейтингу, чим й обумовлена змішаність уявлень про імідж політичного діяча в цій віковій групі.

Вибір юнаків та дівчат вікової групи 24-26 років стає усвідомленішим і раціональнішим, що свідчить про отриманий життєвий досвід та знання про політичне життя, більшою мірою сформований світогляд, чітку структуру «Я».

Узагальнюючи гендерні відмінності, можна констатувати, що дівчата частіше представляють собі у цій ролі чоловіка із короткою стрижкою, доброзичливого та такого, який вміє працювати з людьми. Юнаки надають перевагу політику економному, холоднокровному, критичному до думки інших. Це визначається нерівномірністю соціального дорослішання представників чоловічої та жіночої статі, відмінністю гендерно-визначених життєвих завдань та соціально-засвоєних способів їх вирішення.

4. Розроблені методичні рекомендації викладачам вищих навчальних закладів, форми та способи навчально-виховної роботи, спрямованої на формування уявлень про імідж політичного діяча у студентів ЗВО, які реалізують гармонічний та плюралістичний напрямок політичної соціалізації особистості. Зокрема, запропоновано введення у перелік гуманітарних

дисциплін спеціального курсу «Іміджелогія», який призначений для ознайомлення студентів із методами і технологіями формування іміджу політичних партій, лідерів, держав, в якому розглядатимуться актуальні проблеми ефективної масової комунікації, розкриватися основні психологічні закони управління суспільними процесами, особливості формування іміджу політичного діяча із врахуванням національних і особистісних особливостей формування уявлень у виборців.

Предметом подальших досліджень може бути вивчення можливостей використання способу моделювання іміджу політичного діяча для оптимізації іміджу політиків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие. Социально-психологические проблемы. Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1990. 240 с.
2. Адлер А. Практика и теория индивидуальной психологии. Москва : Академ. проект, 2007. 240 с.
3. Айзенк Г.Ю. Количество измерений личности: 16, 5 или 3? Критерии таксономической парадигмы. *Иностранная психология*. 1993. № 2. Т. 2. С. 9–23.
4. Амелин В.Н., Левчик Д.А., Устименко С.В. Воюют надписи. Имидж кандидата и способ его актуализации. Москва : ИСПТ, 2005. С. 9.
5. Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 288 с.
6. Андреева Г.М. Психология социального познания. Москва : Аспект Пресс, 2000. 288 с.
7. Андреева Г.М. Социальная психология. Москва : Аспект Пресс, 2005. 363 с.
8. Бендлер Р. Рефрейминг : ориентация личности с помощью речевых стратегий; пер. с англ. Воронеж : МОДЭК, 1995. 256 с.
9. Берёзкина О.П. Социально-психологические технологии создания политического имиджа. Санкт-Петербург. : Изд-во Петербург. ун-та, 1997. С. 16–19.
10. Бехтерев В.М. Внушение и его роль в общественной жизни. Санкт-Петербург, 2008. С. 13.
11. Битянова М.Р. Социальная психология: наука, практика и образ мысли : учеб. Пособие. Москва : ЭКСМО-Пресс, 2001. 576 с.
12. Бодалёв А.А. Познание человека человеком. Санкт-Петербург : Речь, 2005. 324 с.
13. Большой психологический словарь / ред. Б.Г. Мещеракова, В.П. Зинченко. Санкт-Петербург : Прайм-Еврознак, 2006. 672 с.
14. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR. : учеб. Пособие. Москва : Фаир-Пресс, 2001. 624 с.

15. Брунер Д. Динамика личности и процесс восприятия. Психология познания. За пределами непосредственной информации. Москва : Прогресс, 1977. 412 с.

16. Бударина О.А. Имидж власти: сущность, структура, восприятие. *Актуальные проблемы политики и политологии в России*. Москва : РАГС, 1999. С. 27–34.

17. Вілюжаніна Т.А. Динаміка ціннісно-сміслової сфери особистості в процесі професійного становлення майбутніх психологів : автореф. дис. на соиск. науч. ст. канд. психол. наук : 19.00.07. Педагогічна та вікова психологія. Київ, 2006. 22 с.

18. Вознесенська О.Л. Формування іміджу Президента України засобами документальної фотографії. *Наук. студії з політ. психології*. Київ, 1996. Вип. 2. С. 158–169.

19. Выхристюк О. В. Социально-психологические свойства избирателей, как фактор предпочтения ими политических лидеров : автореф. дис. на соиск. науч. ст. канд. психол. наук : спец. 19.00.05 Социальная и политическая психология. Москва : 2001. 23 с. [На правах рукописи].

20. Гайворонська О.М. Модель основних компонентів іміджу політика та виявлення електоральних уподобань студентської молоді за допомогою «Способу моделювання іміджу політичного діяча». *Зб. наук. пр. Нац. акад. Держ. прикордон. служби України ім. Б. Хмельницького*. Хмельницький, 2008. № 42, ч. II. С. 183–186.

21. Герасимов В.М. Исследование общественного мнения с позиций акмеологии и политической психологии. Москва : Универсум, 1994. 350 с.

22. Деревлева М. Формирование имиджа руководителя. *Лаборатория рекламы*. 2000. № 7-8. С. 31–38.

23. Допіра А. Форми презентації політика у масмедіа [Електронний ресурс] *Ukrainian Journal of Social and Political Psychology*. – Режим доступу до ст. : <http://politicon.iatp.org.ua/tm/dopira.htm>.

24. Егорова-Гантман Е., Плешаков К. Политическая реклама. Москва : Николло, 1999. 240 с.
25. Жмыриков А.Н., Шляхтин Г.С. Психологические проблемы политического лидерства : учеб. Пособие. Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 1991. 89 с.
26. Иванникова О.В. Восприятие имиджа кандидата в избирательной компании : автореф. дис. ... на соиск. науч. ст. канд. психол. наук. : спец. 19.00.05 Социальная и политическая психология. Москва, 2002. 29 с. [На правах рукописи].
27. Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков / под ред. Е. Егоровой-Гантман. Москва : Знание, 1994. 265 с.
28. Имиджелогия. Как нравиться людям / отв. ред. В.М. Шепель. Москва : Народное образование, 2002. 576 с.
29. Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и стабильность демократии. *Полис*. 1997. № 4. С. 6–32.
30. Как делать имидж политика. Психология политического консультирования / [Водотынский Д., Егорова-Гантман Е., Косолапова Ю. и др.]. Москва : «ИМА-прес », 1995. 151 с.
31. Келли Д. Теория личности (теория личных конструктов). Санкт-Петербург : Речь, 2000. – 249 с.
32. Круглов А.А. Психология и характерология понятий : словарь в 4 кн. Москва : Рос. гуманист. об-во. 2003. 426 с.
33. Кузьмин Е.С. Основы социальной психологии. Ленинград : ЛГУ, 1987. 173 с.
34. Кулагина И.Ю., Колюцкий В.Н. Возрастная психология : Полный жизненный цикл развития человека : учеб. пособие для студентов вузов. Москва : Сфера, 2004. 464 с.
35. Лавренко О. В. Проблеми формування іміджу кандидата в депутати. *Проблеми політичної психології*. Київ, 1997. С. 331–332.
36. Лассуэлл Г.Д. О политической социологии. Москва, 1998. 16 с.

37. Леви-Стросс К. Первобытное мышление. Москва : Республика, 1994. 384 с.
38. Митина Л.М. Учитель как личность и профессионал. Москва : Дело, 1994. 216 с.
39. Максимов А.А. «Чистые» и «грязные» технологии выборов: Российский опыт. Москва : Дело, 1999. 448 с.
40. Маркин В.Н. Жизненная позиция личности: идеологический и социально-психологический аспекты. Москва : Мысль, 1989. 173 с.
41. Московичи С. Век толп. Москва : Центр психологии и психотерапии, 1998. 560 с.
42. Мухина В.С. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество : учеб. для студентов вузов. Москва : Акад., 2000. 456 с.
43. Най Л. Прикладная мифологии; пер. А. Хромова. Москва : Эксмо ; Санкт-Петербург : Домино, 2003. 480 с.
44. Общество и политика. Современные исследования, поиск концепций / под ред. В. Ю Большакова. Санкт-Петербург : Изд. СПб. ун-та, 2000. 512 с.
45. Ольшанский Д. В. Политико-психологический словарь. Москва : Академ. проект, 2002. 576 с.
46. Ольшанский Д. В. Политическая психология. Санкт-Петербург : Питер, 2005. 486 с.
47. Панасюк А.Ю. Я – Ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать Ваш профессиональный имидж. Москва : Дело, 2003. 60 с.
48. Парыгин Б. Д. Основы социально-психологической теории. Москва : Мысль, 1991. 352 с.
49. Петракова Є. Деякі аспекти формування іміджу політичного лідера. *Політичний менеджмент*. 2004. № 2. С. 109–120.
50. Петренко В.Ф., Митина О.В. Психосемантический анализ динамики общественного сознания. Смоленск : Изд. СГУ, 1997. С. 175.
51. Петровский А.В. Введение в психологию. Москва : Акад., 1995. 496 с.

52. Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером. Психологическое пособие для политиков / [Е. Абашкина, Е. Егорова-Гантман, Ю. Косолапова и др.]. Москва : Антиква, 1993. 424 с.
53. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. Киев : Ваклер, 2000. 768 с.
54. Почепцов Г.Г. Профессия: имиджмейкер. 2-е изд., испр. и доп. Киев : ИСО МО Украины : Студцентр, 1998. 256 с.
55. Почепцов Г.Г. Як стають президентами. Виборчі технології ХХ століття. Київ : Ваклер, 1999. 380 с.
56. Райгородский Д.Я. Психология и психоанализ рекламы : учеб. Пособие. Самара : Бархар-М, 2001. 752 с.
57. Райгородский Д.Я. Реклама : внушение и манипуляция : учеб. пособие. Самара : Бархар-М, 2007. 752 с.
58. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. Санкт-Петербург : Питер, 1999. 720 с.
59. Сапогова Е.Е. Психология развития человека : учеб. Пособие. Москва : Аспект Пресс, 2001. 460 с.
60. Сарджвеладзе Н.И. Личность и её взаимодействие с социальной средой. Тбилиси : Мацниереба, 1989. 103 с.
61. Словарь психолога-практика / сост. С. Ю. Головин. Минск : Харвест, 2003. 976 с.
62. Снігур Л.А. Психологія становлення громадянськості особистості : автореф. дис. автореф. на здоб. наук. ст. д-ра психол. наук : 19.00.07 Педагогічна та вікова психологія. К., 2005. 32 с.
63. Фальова О.Є. Психологічні особливості особистісного розвитку студентів різних спеціальностей у навчальному процесі вищого навчального закладу: автореф. дис. на здоб. наук. ст. канд. психол. наук : 19.00.07 Педагогічна та вікова психологія. Харків, 2006. 20 с.
64. Федоркина А.П., Ромашкина Р.Ф. Проблемы имиджа в контексте социального психоанализа. *Имидж госслужбы*. Москва, 1996. С. 84.

65. Феофанов О.А. Агрессия лжи. Москва : Политиздат, 1987. 319 с.
66. Феофанов О.А. Реклама новые технологии в России. Санкт-Петербург : Питер, 2000. 384 с.
67. Фролов П.Д. Імідж політичного лідера у друкованих ЗМІ : шляхи та методи вивчення. *Наукові студії з політичної психології*. Київ, 1996. Вип. 2. С. 147–158.
68. Шапар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2005. 640 с.
69. Шепель В.М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния. Москва : Юнити, 1997. 382 с.
70. Шультце Р.О. Избиратели с меняющимися предпочтениями : Сб. статей / Под ред. В.С. Комаровского, Г.И. Иванова. Москва : РАУ, политологический центр, Научно-информационный отдел, 1993. С. 73–76.
71. Ягер Д. Деловой этикет. Как выжить и преуспеть в мире бизнеса. Москва : Джон Чайли энд Санз, 1994. 76 с.