Використання тесту Л. Сонді у політико-психологічних дослідженнях

Марина Дроздова,
асистент кафедри психології
історичного факультету
Чернігівського державного педагогічного
університету ім. Т. Шевченка

Стаття присвячена одній з найважливіших проблем сучасної політичної психології – вивченню підсвідомих уявлень виборців про політичних лідерів. Розглянуто можливий варіант використання методики Л. Сонді для з'ясування особливостей підсвідомих образів ідеальних політичних лідерів. Наводяться результати емпіричного дослідження, проведеного автором 2003 року серед українських студентів.

Постановка проблеми

Політико-психологічні дослідження дозволяють оцінити політичну ситуацію в країні, вивчити та врахувати запити виборців, щоби проводити ефективну політику, прогнозувати суспільно-політичні зміни та їх вплив на свідомість громадян. Ці дослідженя досить розмаїті за напрямками і стосуються таких аспектів, як політична свідомість та поведінка населення, психологія політичного лідерства, політична ідентифікація тощо.

Одним з основних напрямків політико-психологічних досліджень є вивчення уявлень виборців про політичних лідерів, оскільки це дає можливість з'ясовувати настрої електорату і його політичні орієнтації, створювати відповідну політичну рекламу. Ці уявлення можуть стосуватися як реальних, так і ідеальних лідерів, будуватися на раціональних та емоційних оцінках, бути більш або менш усвідомленими. Зазначимо, що в більшості досліджень основна увага приділялась вивченню свідомих (раціональних) уявлень виборців (О. Башкирова, Н. Лайдинен, Л. Гегель, Р. Мамедбейлі, Л. Московичева, С. Ципко та ін.) [2; 5; 13]. Традиційно в таких дослідженнях використовується методика „особистісний диференціал" та її модифікації (Д. Позняк) [9].

Водночас окремі російські та українські дослідники вважають, що сприйняття образу політичного лідера часто носить ірраціональний,

емоційний, підсвідомий характер (М. Андріанов, В. Казміренко, Н. Шелекасова, О. Шестопал, М. Новикова-Грунд) [1; 10; 14; 15; 17]. При цьому свідомі та підсвідомі уявлення про політичного лідера можуть не співпадати. Про важливість ірраціональних емоційних реакцій у сприйнятті політичних діячів ведуть мову й деякі західні фахівці [10; 19; 20]. Зокрема, Д. Сірс підкреслює, що емоційні установки стосовно політиків (політичних партій) є стабільнішими та поширенішими, ніж раціональні [20]. Проте результати інших західних досліджень показали, що когнітивний (пізнавальний) компонент атитюду щодо політики може бути значнішим, ніж емоційний [18].

Отже, згідно з О. Шестопал, повноцінне вивчення уявлень про політичних лідерів має містити три аспекти: 1) вивчення раціонального рівня сприйняття політиків; 2) аналіз підсвідомого (емоційного) рівня цього сприйняття; 3) порівняння цих компонентів [15; 16].

Зазначимо, що дослідження підсвідомих уявлень можна проводити лише за допомогою проективних методик. Дехто з авторів використовував метод кольорових асоціацій (М. Андріанов), образи тварин (О. Шестопал, М. Новикова-Грунд), методику незакінчених речень (О. Вознесенська, Т. Тамакова), методику портретних виборів Л. Сонді (Н. Ілюхіна, Є. Дорофеєв).

На нашу думку, остання методика досить перспективна з двох причин. По-перше, як стимульний матеріал у тесті використовуються портрети людей, тобто стимули, аналогічні образам політичної реклами. По-друге, методика Л. Сонді дозволяє виявляти підсвідомий рівень мотиваційно-потрібнісної сфери особистості (через вибір тих чи тих портретів), визначати психологічні особливості самих виборців.

Зважаючи на це, зупинимося на характеристиці цієї методики. Л. Сонді, угорський психолог, розробив її у 1930-х роках. Теоретичною основою тесту стала авторська концепція генетичного детермінізму (так званий „долеаналіз"). Згідно з Л. Сонді, людина, обираючи шлюбного партнера, підсвідомо „тяжіє" до представників тих родин, у яких були такі ж патології, що і в її роді. Отже, вивчаючи ставлення особистості до представників з різними патологічними відхиленнями, можна здійснювати її психологічну діагностику [6]. Пізніше цю концепцію більшість вчених відкинула, але стимульний матеріал методики Л. Сонді використовується в психодіагностичних дослідженнях і нині.

Методика Л. Сонді складається з 48 стандартних карток з портретами людей, що мають 8 типів психічної патології: h – сексуальна недиференційованість (гомосексуалізм); s – садизм; e – епілепсія; hy – істерія; k – кататонія (кататонічна шизофренія); p – паранойя (параноїдальна шизофренія); d – депресія; m – манія. Переважну більшість (30) портретів Л. Сонді запозичив з праці В. Вейганда „Психіатрія" (Німеччина), 6 – у С. Стробля (Швеція), 4 – з „Проміжних ступенів сексуального розвитку" М. Хіршфельда (Німеччина), а 4 підібрав сам. Всі картки згруповано у 6 серій по 8 у кожній (по одному портрету з кожної

групи хворих) [3; 7; 11].

У класичній процедурі піддослідному пропонують вибрати два симпатичні та два антипатичні потрети в кожній серії. Дослідник при цьому в спеціальній таблиці фіксує тип патології кожного портрета, на який падає вибір.

Аналіз результатів базується на кількості позитивних і негативних виборів портретів кожної серії (фактора). В залежності від кількості виборів виділяються такі види реакцій піддослідного: повна (обирається 5 – 6, мінімум 4 портрети однієї серії; при цьому, згідно з Л. Сонді, не має значення, позитивний це вибір чи негативний, реакція свідчить про найактуальніші потреби); середня (обирається 2 – 4 портрети однієї серії, така реакція характерна для потреб, виражених не дуже сильно); нульова (піддослідний не обирає жодного портрета серії або обирає лише 1, така реакція вказує на неактуальні потреби).

Залежно від якості виборів виділяють реакції: позитивні (всі, або майже всі вибори зроблено як симпатичні; цей тип реакції свідчить про потреби, готові до розрядки); негативні (всі, або майже всі вибори зроблено як антипатичні; така реакція вказує на потреби, які піддослідний пригнічує, витісняє у підсвідомість); амбівалентні (кількість позитивних та негативних виборів однакова або приблизно однакова; така реакція виявляє одночасну наявність двох протилежних тенденцій).

Згідно з Л. Сонді, кожний фактор (патологія) співвідноситься з певною потребою (потягом), а також з певними характерологічними рисами. Крім того, всі фактори згруповані у 4 основні вектори:

$^{35}_{17}$ S – вектор сексуального потягу (включає в себе фактори „h" та „s");

$^{35}_{17}$ P – „пароксизмальний" потяг, який є основою морально-етичної поведінки (фактори „e" та „hy");

$^{35}_{17}$ Sch – сфера „Я-потягу" (фактори „k" та „p");

$^{35}_{17}$ C – сфера контактного потягу, міжособистісних відносин (фактори „d" та „m").

Структуру факторів та векторів, виявлених за методикою Л. Сонді, наведено в **таблиці 1**.

Цікаві результати за допомогою стимульного матеріалу методики Л. Сонді отримали російські психологи Н. Ілюхіна і Є. Дорофеєв [8], що вивчали уявлення студентів про ідеального політичного лідера. Науковці використовували два набори портретів тесту (№ 4 – 5), з яких піддослідним пропонувалось обрати портрет „ідеального президента країни". Було встановлено, що більшість студентів (65 %) віддали перевагу двом портретам серій „s" („садизм") та „e" („епілепсія") (**малюнок 1**).

Так було зафіксовано схильність піддослідних обирати лідерів, які характеризуються активністю, рішучістю, владністю тощо. Н. Ілюхіна і Є. Дорофеєв зафіксували також залежність зроблених виборів від такої особистісної характеристики, як локус контролю.

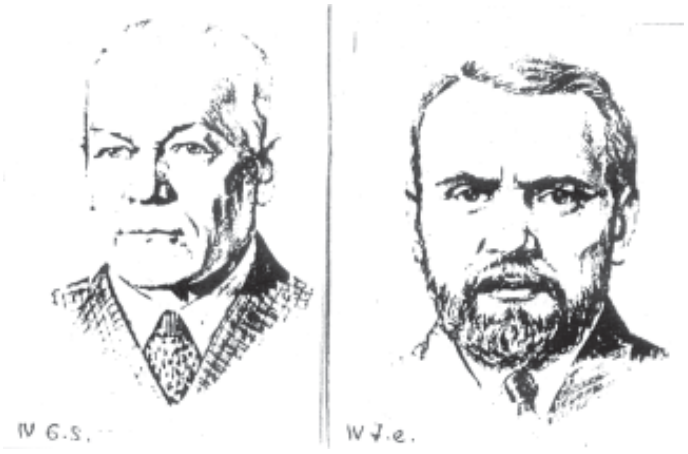
Таблиця 1

Особистісні фактори, що виявляються за методикою Л. Сонді

Вектор „S"		**Вектор „P"**		**Вектор „Sch"**		**Вектор „C"**	
h	s	e	hy	k	p	d	m
Потреба у коханні	Садомазохізм	Потреба в етичній поведінці	Потреба в моральній поведінці	Потреба у звуженні свого „Я"	Потреба в розширенні свого „Я"	Пошук нового об'єкта	Збереження та відторгнення об'єкта
h +	s +	e +	hy +	k +	p +	d +	m +
Особисте кохання: м'якість характеру, ніжність	Садизм: жорстокість, владність	Тенденція до доброти: сердечність („риси Авеля")	Ексгібіціонізм: жадоба слави, схвалення, честолюбство	Тенденція до привласнення: егоїзм, розсудливість	Ентузіазм, переоцінка себе, екстравертсія	Непостійність, допитливість	Збереження об'єкта
h -	s -	e -	hy -	k -	p -	d -	m -
Любов до людства: тяжіння до культури, природи	Мазохізм: покірність, самовідданість	Тенденція до зла: ворожість, злобність („риси Каїна")	Прихованість: сором'язливість, боязкість	Тенденція до заперечення: деструкція	Недооцінка себе, недовіра	Вірність, інертність	Відторгнення об'єкта, самотність

Малюнок 1

Стимульні портрети, з якими асоціюється образ політичного лідера (за Н. Ілюхіною та Є. Дорофеєвим)



2003 року з метою вивчення уявлень студентської молоді про політичних лідерів нами було організовано й проведено емпіричне соціально-психологічне дослідження [12].

Об'єктом емпіричного дослідження

були студенти 3-го курсу історичного факультету Чернігівського державного педагогічного університету ім. Т. Шевченка (спеціальності: „історія та англійська філологія", „історія та українознавство", „історія та соціальна педагогіка", „історія та релігієзнавство"). Загальну вибірку складали 120 піддослідних, з них 29 (24 %) юнаків та 90 (75 %) дівчат (1 учасник експерименту не вказав свою стать). Перевага жінок у вибірці пояснюється специфікою педагогічного вузу та гуманітарною спрямованістю факультету.

Предмет дослідження –

свідомі (раціональні) уявлення студентів про „реальних" та „ідеальних" політичних лідерів, а також підсвідомі (ірраціональні) уявлення про „ідеального" лідера.

Далі описано результати дослідження, отримані за методикою Л. Сонді.

Методика та організація дослідження

У дослідженні використовувався повний (48 карток) набір стимульних портретів тесту Л. Сонді в 6 серіях. У кожній серії піддослідному пропонувалося зробити один вибір (або не робити жодного) – обрати особу, за яку він би проголосував на виборах (президента, народних депутатів тощо). Таким чином, максимальна кількість виборів у дослідженні дорівнювала 6. Використання цієї методики, на наш погляд, дозволяло виявляти підсвідомі уявлення студентів про політичних лідерів. Для підвищення вірогідності результатів дослідження проводилось анонімно.

Результати дослідження та їх узагальнення

Результати емпіричного дослідження було піддано стандартній процедурі математико-статистичного опрацювання з використанням комп'ютеризованих програм ОСА та SPSS. У процесі статистичного аналізу вираховувалися результати як за загальною вибіркою піддослідних в цілому, так і за її окремими групами. Одержані дані наведено у комплексній **таблиці 2**. Їх аналіз дозволяє визначити ряд цікавих тенденцій та дійти певних висновків.

Загальна вибірка. Структура підсвідомих уявлень про ідеального лідера включала в себе, в основному, типи „h" та „e". Це свідчить, що від такого лідера очікують проявів м'якості, ніжності, сердечності, доброти, а також здатності до співчуття, толерантності тощо. Такі результати, на наш погляд, є закономірними, оскільки, по-перше, як уже згадувалось, 75 % загальної вибірки складали дівчата (а названі риси є переважно фемінінними); по-друге, саме цих „людських" рис, вірогідно, не вистачає багатьом сучасним політикам.

Найпопулярнішими портретами в загальній вибірці виявивились

портрети 1.6.e. та V.7.h, обрані, відповідно, половиною і третиною піддослідних (**малюнок 2**).

Таблиця 2

Уявлення про політичних лідерів – підсвідомий образ (загальна вибірка)

Тип портретів	h	s	e	hy	k	p	d	m
Загальна вибірка								
Сер. кільк. виборів	0,8 ± 0,9	0,6 ± 0,8	0,9 ± 0,8	0,6 ± 0,8	0,2 ± 0,4	0,7 ± 0,9	0,1 ± 0,3	0,4 ± 0,7
Найбільш попул. портрети: 1.6.e (48,3 %), V.7.h (33,3%), IV.7.e (27,5%), IV.6.s. (24,2%)								
Чоловіки								
Сер. кільк. виборів	0,9 ± 0,9	0,6 ± 0,8	1,0 ± 0,6	0,4 ± 0,6	0,2 ± 0,4	0,9 ± 0,9	0,03 ± 0,9	0,4 ± 0,7
Найбільш попул. портрети: 1.6.e. (44,8%), V.7.h (27,6%), IV.7.e (27,6%), I3.p. (24,2%)								
Жінки								
Сер. кільк. виборів	0,8 ± 0,9	0,6 ± 0,8	0,9 ± 0,8	0,6 ± 0,8	0,2 ± 0,4	0,7 ± 0,8	0,1 ± 0,3	0,4 ± 0,6
Найбільш попул. портрети: 1.6.e (50,0%), V.7.h (35,6%), IV.6.s (28,9%), IV.7.e (27,8%)								

Малюнок 2

Портрети найпопулярніших, ідеальних політичних лідерів (за М. Хоменко)

Аналіз отриманих результатів дозволяє відзначити таку тенденцію. Всі найпопулярніші портрети ідеальних політичних лідерів є потретами чоловіків. Ця закономірність простежується як серед піддослідних-юнаків,

так і в жіночій групі. Водночас вік обраних типажів коливається від досить юного (портрет V.7.h) до літнього (IV.6.s). Найпопулярніший, ідеальний політичний лідер (потрет 1.6.e.) уявляється як відносно молодий (30 – 35 років) чоловік з уважним, емоційно нейтральним виразом обличчя.

Порівнюючи наші результати з даними Н. Ілюхіної і Є. Дорофеєва, відзначимо таке. Різницю в обраних портретах можна, на наш погляд, пояснити двома моментами. По-перше, російські фахівці використовували лише 2 серії портретів, тим самим штучно обмежуючи вибір піддослідних. По-друге, різниця може бути обумовлена й комплексом соціально- та етнопсихологічних факторів. На те, що між виборами російських та українських студентів існує певна схожість, вказує той факт, що найбільш популярні серед росіян портрети (IV.6.s, IV.7.e) набрали і певний рейтинг серед української молоді.

Чоловіча група. Структура підсвідомих уявлень про ідеального лідера включала в себе, в основному, типи „e", „h" та „p". Це свідчить, що на підсвідомому рівні піддослідні-юнаки бажають бачити ідеального політичного керівника м'яким, добрим, емпатичним, терплячим, екстравертованим, емоційним.

Жіноча група. Структура підсвідомих уявлень студенток про ідеального лідера включала в себе, в основному, типи „e" та „h", тобто обирались фемінінні риси політика (про що вже згадувалося).

Для міжгрупового порівняння результатів чоловічої і жіночої груп вираховувався коефіцієнт параметричної кореляції Пірсона (r), який склав 0,9. Цей показник свідчить, що такі уявлення є досить схожими в усіх групах загальної вибірки.

Результати емпіричного дослідження дають підстави зробити такі висновки**.**

1. Проективна методика портретних виборів Л. Сонді є досить перспективною при проведенні політико-психологічних досліджень, спрямованих на вивчення уявлень різних груп виборців про політичного лідера. Використання стимульного матеріалу тесту дозволяє досліджувати особливості як підсвідомих (емоційних, ірраціональних) уявлень про політичних лідерів, так і психологічні особливості самих виборців.

2. Від ідеального політичного лідера сучасна студентська молодь на підсвідомому рівні очікує проявів м'якості, ніжності, сердечності, доброти, а також здатності до співчуття, толерантності. Це дещо суперечить структурі раціональних (свідомих) образів, які є більш „стенічними", „маскулінними".

3. Структура підсвідомих уявлень студентів про ідеального політичного лідера практично не залежить від впливу такого фактора, як стать. Студенти чоловічої і жіночої статі мають переважно схожі уявлення як про базові зовнішні якості ідеального політика (стать, вік), так і про його особистісні характеристики.

Література:

1. **Андрианов М. С.** Эмоциональная составляющая политической культуры: на примере анализа цветовосприятия школьниками образов политических деятелей // ПОЛИС. – 1997. - № 2. – С. 106 – 117.

2. **Башкирова Е. И., Лайдинен Н. В.** Каким видят россияне президента // СОЦИС. – 2002. - № 5. – С. 19 – 24.

3. **Бурлачук Л. Ф., Морозов С. М.** Словарь-справочник по психодиагностике. – СПб.: Питер, 1999. – 528 с.

4. **Вознесенская Е. Л., Тамакова Т. А.** Психологические аспекты политических идеалов социально активной молодежи // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави: Зб. наук. праць / За ред. В. М. Литвина та М. М. Слюсаревського. – К.: Інф.-вид. центр тов-ва „Знання" України, 2001. – Вип. 3. – С. 163 – 167.

5. **Гегель Л. А., Мамедбейли Р. Ш., Московичева Л. Н.** Формирование образа политического лидера в сознании молодых россиян // Социально-гуманитарные знания. – 2002. - № 2. – С. 158 – 170.

6. **Джос В.** Леопольд Зонди и его тест. Будем знакомы! // Психологическая газета („ИМАТОН"). – 1997. - № 6. – С. 10 – 11.

7. **Джос В.** Судьбоанализ: первые шаги в России // Психологическая газета („ИМАТОН"). – 1996.- № 7 – 8. – С. 6 – 7;

8. **Илюхина Н. М., Дорофеев Е. Д.** Представление о политическом лидере высшего эшелона власти: использование стимульного материала методики Сонди // Психологическая газета („ИМАТОН"). – 1996. - № 7 – 8 – С. 7.

9. **Позняк Д. В.** Особливості побудови опитувальника „ОСД" для дослідження категоріально-рефлексивних структур політичної свідомості // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка. – 2003. – Вип. 21 (серія „Психологічні науки"). – С. 149 – 153.

10. **Позняк Д.** Соціально-психологічні механізми політичної свідомості виборців // Соціальна психологія. – 2004. - № 1. – С. 31 – 45.

11. **Собчик Л. Н.** Введение в психологию индивидуальности. – М.: ИПП, 2000. – 512 с.

12. **Хоменко М. А.** Образ політичного лідера в уявленні студентської молоді // Соціальна психологія. – 2004. - № 1. – С. 46 – 52.

13. **Ципко С.** Проблеми сучасної політичної культури студентської молоді України // Відродження. – 1999. - № 4. – С. 8 – 13.

14. **Шелекасова Н. П.** Бессознательные аспекты имиджа политического лидера // ПОЛИС. – 2000. - № 4. – С. 130 – 140.

15. **Шестопал Е. Б.** Оценка гражданами личности лидера // ПОЛИС. – 1997. - № 6. – С. 57 – 72.

16. **Шестопал Е. Б.** Теоретико-методологические проблемы исследования образов власти // Психология восприятия власти / Под ред. Е. Б. Шестопал. – М.: СП Мысль, 2002. – 244 с.

17. **Шестопал Е. Б., Новикова-Грунд М. В.** Восприятие образов двенадцати ведущих российских политиков (психологический и лингвистический анализ) // ПОЛИС. – 1996. - № 5. – С. 168 – 191.

18. **Bagozzi R., Burnkrant R.** Single component versus multicomponent models of attitude: some cautions and contingencies for their use // Advances in Consumer Research. – 1980. - Vol. 7. – P. 339 – 344.

19. **Nimmo D.** Images and voter's decision-making processes // Advances in Consumer Research. – 1975. - Vol. 2. – P. 771 – 782.

20. **Sears D.** Political Behavior // The Handbook of Social Psychology / Ed. by Gardner Lindzey). – Second Edition. – 1969. - Vol. 5. – P. 315 – 458.