

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Факультет психології

Кафедра соціальної психології

Кваліфікаційна робота на отримання освітнього рівня «магістр»

на тему:

**«Психологічні особливості осіб, схильних до ідеалізації
політичних лідерів»**

Роботу виконала:

студентка магістратури 2.р.н.

спеціальності 053«Психологія»

Пасечнікова Олена Антонівна

Науковий керівник:

кандидат психологічних наук,

доцент кафедри соціальної психології

Клименко Ірина Вадимівна

Допущено до захисту

Робота захищена «__»_____ 20__ р.

Кафедрою соціальної психології

Протокол №_____ від_____

з оцінкою _____

Завідувач кафедри

доктор психологічних наук, професор

Коваленко Алла Борисівна

_____ (підпис)

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ФЕНОМЕНУ	
ІДЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ.....	6
1.1. Ідеалізація як соціально-психологічний феномен	6
1.2. Психологічні чинники формування ідеалізації відомих людей.....	12
1.3. Особливості ідеалізації політичних лідерів	16
Висновки до Розділу I.....	19
РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЧНА СХЕМА ДОСЛІДЖЕННЯ	
ОСОБЛИВОСТЕЙ ОСІБ, СХИЛЬНИХ ДО ІДЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКІВ...	22
2.1. Загальна методологічна схема дослідження психологічних особливостей осіб, схильних до ідеалізації політичних лідерів	22
2.2. Характеристика методологічного інструментарію.....	28
Висновки до Розділу II.....	31
РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	
ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОСІБ, СХИЛЬНИХ ДО	
ІДЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ	33
3.1. Аналіз середніх значень, що характеризують вибірку та її схильність до ідеалізації політиків	33
3.2. Аналіз психологічних чинників схильності до ідеалізації політиків.....	38
3.3. Практичні рекомендації щодо запобігання ідеалізації політиків і розвитку навичок критичного мислення щодо їх характеристик.....	58
Висновки до розділу III.....	61
ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	70
ДОДАТКИ.....	77

ВСТУП

Актуальність дослідження. Феномен ідеалізації політичних лідерів розглядався в багатьох культурах та політичних системах. Цей феномен означає тенденцію індивідів підвищувати своє ставлення до політичних акторів, приписуючи їм надзвичайні характеристики, харизму і лідерські якості. Ідеалізацію вивчали з позиції різних наук, зокрема з соціології, політології та психології.

Психологічні аспекти ідеалізації політичних лідерів надають розуміння факторів, які формують політичну поведінку електорату та впливають на їх систему прийняття рішень. Наприклад, дослідження вказують, що особистісні риси та психологічні потреби індивідів грають важливу роль у визначенні політичних установок та уподобань. Подібним чином, осіб, які схильні до ідеалізації, можуть більше приваблювати спрощені та догматичні політичні наративи, які пропонують прості пояснення складних проблем.

З огляду на це дослідження соціально-психологічних чинників ідеалізації політичних лідерів має неабияке прикладне значення.

Тематику психологічних особливостей людей, які знаходять собі ідола, активно досліджують іноземні вчені. Наприклад, Джон Малтбі, Лінн МакКутчен та Джейм Хоуран. В їх бібліографії можна знайти безліч досліджень, деякі навіть спільні, які стосуються тематики ідолопоклонства та ідеалізації. Вони досліджували психологічні та патопсихологічні аспекти ідеалізації відомих людей та предиктори формування залежності від ідола. Нажаль, в Україні ця тематика не дуже розповсюджена, та не висвітлюється у достатній кількості досліджень.

Здійснені попередньо дослідження при цьому проводилися у мирний час, відтак, не пояснюють особливості схильності до ідеалізації в умовах воєнного часу, що є важливим для українського суспільства.

Враховуючи прикладне значення проблематики та наявність невирішених на теоретичному рівні проблем тему нашого дослідження, присвяченого соціально-психологічним чинникам ідеалізації політичних лідерів країни в умовах війни можна вважати актуальною.

Об'єкт дослідження: процес ідеалізації політичного лідера.

Предмет дослідження: психологічні особливості осіб, схильних до ідеалізації політичних лідерів.

Мета дослідження: дослідження психологічних особливостей осіб, схильних до ідеалізації політичних лідерів країни в умовах війни та розробка практичних рекомендацій щодо запобігання ідеалізації політиків і розвитку навичок критичного мислення щодо їх характеристик.

Головна гіпотеза дослідження: певні психологічні особливості людини роблять її схильною до ідеалізації характеристик політичного лідера.

Завдання дослідження:

1) здійснити теоретичний аналіз психологічних особливостей ідеалізації відомих людей та зокрема політиків та проаналізувати основні чинники які впливають на цей процес;

2) розробити загальну методологічну схему дослідження психологічних особливостей осіб, схильних до ідеалізації політичних лідерів та дібрати відповідний досліджуваному предмету інструментарій;

3) проаналізувати особливості уявлень про найбільш впливових лідерів України військового часу та виокремити характеристики людей, схильних до їх ідеалізації.

4) розробити рекомендації для підвищення критичного мислення та протидії надмірній ідеалізації.

Методи дослідження. У роботі використовуватися методи теоретичного аналізу (індукція, дедукція, синтез, порівняння, аналіз співставних проблематиці наукових джерел), методи емпіричного

дослідження: асоціативний опитувальник для виявлення факторів для семантичного диференціалу, уніполярний семантичний диференціал, методика «Велика п'ятірка» за адаптацією О. Г. Виноградова; «Опитувальник оцінки рівня політичної активності» Л. О. Кияшко; анкета на визначення отримання джерел політичної інформації. Також використовувалися методи математичної обробки даних та статистичного аналізу (описові статистики, таблиці сполучення, кореляційний аналіз та лінійна регресія).

Практичне значення: результати роботи можуть бути використані в практичній діяльності політичних технологів, іміджмейкерів та фахівців зі зв'язків з громадськістю для формування ідеалізованих образів політичних лідерів, а також для здійснення ефективного впливу на електоральну поведінку груп населення з певними психологічними характеристиками. Окремі положення та результати дослідження можна використовувати при викладанні дисциплін «Політична психологія», «Психологічні технології моделювання електоральної поведінки» та «Психологія політичної реклами та Public Relations».

Структура роботи. Робота складається зі вступу, 3 (трьох) розділів, висновків, списку літератури і додатків. Загальний обсяг роботи складає 75 сторінок. Список використаної літератури містить 51 джерело.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ФЕНОМЕНУ ІДЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ

1.1. Ідеалізація як соціально-психологічний феномен

За дефініцією Американської асоціації психологів (АРА) ідеалізацією називають перебільшення позитивних якостей та припущення недоліків, пов'язаних з особою, місцем, реччю чи ситуацією, таким чином, щоб вони розглядалися як ідеальні або майже ідеальні (American Psychological Association. (н.д.)).

Ідеалізація спрощує сприймання оточуючого світу, позбавляючи індивіда сумнівів та необхідності здійснювати ретельний аналіз об'єктів чи явищ з їх різноманітними характеристиками. Ідеалізація в психології вважається захисним механізмом, який допомагає відволіктись від почуття амбівалентності до ідеалізованого об'єкта. Людина може ідеалізувати батьків або важливих фігур у житті, що грає важливу роль у розвитку еґо-ідеалу (American Psychological Association. (н.д.)).

Ідеалізація відслідковується ще з дитячого віку. Багато зарубіжних досліджень (наприклад, дослідження Gorkin, M., Perry, J.C. та інших або Pickhardt, C.E.) фіксують схильність до ідеалізації у дітей з неповних сімей. Часто в сімейних стосунках можна помітити, що дитина з неповної сім'ї може ідеалізувати відсутнього родича та сприймати уяву щодо його позитивних рис та характеристик як реальність. Але таке ставлення до відсутнього батька чи іншого родича може бути несприятливе для дитини у тому випадку, коли він його нарешті зустрине та можливо розчарується. Багато дітей використовують ідеалізацію як захисний механізм, для того щоб ізолювати погані спогади або заповнити відсутність одного з батьків. Такий ефект часто можна спостерігати у дітей які мають синдром відсутнього батька (Gorkin, 2013), (Perry, Presniak, & Olson, 2013), (Pickhardt, 2020).

Феномен ідеалізації в психології доволі часто поєднують з терміном девальвація. Так, наприклад, Perry, J.C., Presniak, M.D., Olson, T.R. вказують на те що ідеалізація є частиною емоційно нестабільного розладу особистості (Perry, Presniak, & Olson, 2013) . Девальвація проявляється тоді, коли особа зменшує всі характеристики явищ, речей, подій, людей і надає їм негативні характеристики, що є повною протилежністю ідеалізації. Дослідження Ribeiro, B.T. та Dantas вказують на те, що при емоційно-нестабільно розладі особистості спостерігається одночасно як ідеалізація, так і девальвація та обидва феномени є результатом захисних механізмів психіки (Ribeiro, B.T. & Dantas, M.T.L., 2008). Інші дослідження вказують на зв'язок нарцисичності та феномену ідеалізації. Нарцисичні особи можуть ідеалізувати себе принижуючи характеристики інших. Існує цикл «ідеалізування, знецінювання, відкидання», він допомагає людині регулювати внутрішні та зовнішні конфлікти, які викликають у особистості почуття занепокоєння та сорому (May J, 2017), (Pec, Bob, & Raboch, 2014).

Аналіз досліджень дозволив нам виокремити ряд основних психологічних аспектів та чинників ідеалізації:

1. Прив'язаність. Люди, які схильні ідеалізувати інших, часто формують емоційну прив'язаність до того, кого вони обожають, така прив'язаність може призвести до болісних переживань якщо людину розлучають з так званим кумиром. Іноді така прив'язаність через ідеалізацію може проявлятися в стосунках між людьми, один з партнерів ідеалізує іншого, не бачить недоліків та прив'язується до іншої людини надміру сильно (Firestone, 2013).

2. Проекція. Люди, які схильні до ідеалізації персон можуть відтворювати власні бажання та страхи на свого кумира. Можуть використовувати «ідола» як джерело захисту та приписувати їм характеристик, які вони самі прагнуть мати. Дженіфер Мей (Jennifer

May), клінічний психолог з Нью-Йорку, визначає, що люди мають тенденції до проєкції на інших людей того, чого не можуть досягнути самотужки, та ідеалізації цих досягнень (May J, 2017). Проєкція, у свою чергу, часто може призвести до депресивних станів або до тривожності, адже не створює здорового середовища для саморозвитку та реалізації в реальному житті (Cossio, 2021).

3. Занижена самооцінка. Переоцінка якостей іншої людини також може бути реакцією на занижену самооцінку самої особистості. Тоді «ідолопоклонство» може бути засобом для підвищення самооцінки людей, обожнювання когось або чогось може служити способом підвищення позитивного самоствавлення. Асоціюючи себе з постаттю чи об'єктом, яким особистість захоплює, вона може відчувати власне визнання чи важливість (Cervera, Lahortiga, Martínez-González, Gual, de Irala-Estévez, & Alonso, 2003).

4. Контроль. Ідолопоклонство також може служити засобом здійснення контролю над своїм оточенням. Призначаючи владу або вплив на об'єкт або людину ідеалізованих осіб, люди можуть відчувати, що вони певною мірою контролюють своє життя або світ навколо них, адже процеси навколо ніби опиняються в надійних руках (Tomlinson, Aron, Carmichael, Reis & Holmes. 2014).

5. Соціальний вплив. У деяких випадках на ідолопоклонство можуть впливати соціальні фактори. Ribeiro, В.Т. та Dantas, М.Т.Л. пояснюють цю закономірність просто: люди можуть обожнювати певну особу чи об'єкт через те, що він популярний або схвалений іншими людьми, яких вони поважають або якими захоплюються (Ribeiro and Dantas, 2008).

Варто зазначити, що хоча ідеалізація може принести деяким людям відчуття комфорту чи задоволення, вона також може мати негативні

наслідки, наприклад, сприяти розвитку залежності чи розчарування, якщо той, кого ідеалізують не виправдовує чийсь очікування.

Питання про те, чи є феномен через мірної ідеалізації — добрим, чи поганим, є складним і залежить від низки факторів, включаючи контекст, у якому ідеалізація відбувається, і мотиви, що стоять за цим.

Зараз ми розглянемо, яким чином феномен ідеалізації позитивно впливає на людину.

1. Ідеалізація стає джерелом натхнення для особистості. «Ідоли» можуть служити джерелом натхнення, мотивації та керівництва до дій для людей, які прагнуть наслідувати їхні успіхи чи досягнення, певні характеристики.

2. Зразки для наслідування. Люди, яких ідеалізують, також можуть служити зразками для наслідування позитивної поведінки та суспільно схвалюваних цінностей, таких як наполеглива праця, цілеспрямованість чи альтруїзм.

3. Ідеалізація здатна забезпечувати соціальний зв'язок. Ідолопоклонство може об'єднати людей і сприяти почуттю спільності та зв'язку, особливо серед людей, які поділяють однакове захоплення тими самими персоналіями.

4. Підвищення самооцінки: ідолопоклонство може підвищити самооцінку та почуття власної гідності людини, особливо якщо вона асоціює себе з успішними або шанованими ідолами.

Після висвітлення позитивних сторін потрібно визначити як ідеалізація може погано вплинути на людину.

1. Негативні почуття пов'язані із руйнуванням ідеалу та нереалістичними очікуваннями. Ідолопоклонство може створити нереалістичні очікування, що призведе до розчарування та почуття втрати, якщо ці очікування не виправдаються.

2. Об'єктивація: ідолопоклонство може об'єктивізувати ідола, зводячи його до одновимірного об'єкта захоплення, а не до складної та багатогранної особистості.

3. Нездорова прихильність: ідолопоклонство може призвести до нездорової прихильності до кумира, коли людина стає надмірно залежною від свого кумира щодо емоційної підтримки та підтвердження, несамодостатньою, позбавленою автономності.

4. Сліпа відданість: ідолопоклонство також може призвести до сліпої відданості, коли людина готова не помічати або виправдовувати проблемну поведінку чи дії з боку ідола (Aditi Lappathi, 2020).

Загалом питання про те, чи є ідолопоклонство добрим, чи поганим, є складним і залежить від багатьох факторів. Хоча ідолопоклонство, як ми переконалися, може мати позитивні аспекти, воно також може мати негативні наслідки, якщо призводить до нереалістичних очікувань, об'єктивізації, нездорової прихильності або сліпої відданості, перешкоджаючи, таким чином повноцінному розвитку та автономії особистості.

Ідолопоклонство, яке означає надмірне захоплення кимось чи чимось, може бути проблемним явищем не лише для окремої особистості, але і для широкого загалу у сучасному суспільстві з кількох причин.

По-перше, ідолопоклонство може призвести до пропаганди у суспільстві нереалістичних і недосяжних стандартів. У багатьох випадках кумири – це знаменитості, спортсмени або впливові люди в соціальних мережах, яких зображують ідеальними та бездоганними. Це може створити культуру порівняння та невпевненості, оскільки люди намагаються відповідати цим неможливим стандартам (Романофф, 2021), (Gaskill, & Sanders, 2000).

По-друге, ідолопоклонство може призвести до пріоритету матеріальних благ і поверхневих якостей, що демонструються напоказ над

більш значущими й істотними. Наприклад, хтось може боготворити заможну знаменитість через її гроші та славу, а не через характер чи внесок у суспільство.

По-третє, ідеалізація може призвести до відсутності критичного мислення та самостійного прийняття рішень у членів спільноти. Harley, С. Схушно зауважує, що коли люди сліпо дотримуються думок та наслідують вчинки своїх кумирів, не сумніваючись у них, вони можуть не розвинути власні переконання та цінності, і можуть бути більш сприйнятливими до маніпуляцій та експлуатації (Harley, 2021).

І останнє міркування, ефект ідеалізації також може сприяти закріпленню як стандартів шкідливих соціальних норм і цінностей та подільшій стигматизації тих, хто не вписується у відповідні норми. Наприклад, якщо суспільство обожнює стандарти краси, які базуються на вузькому визначенні фізичної привабливості, це може призвести до дискримінації та виключення людей, які не відповідають цим стандартам (Grabe, Ward & Hyde, 2008).

Monro, F., та Huon, G., досліджуючи поляризовані медійні образи, засвідчили сукупність усіх цих негативних проявів: ідолопоклонство може бути проблематичним явищем у сучасному суспільстві, оскільки воно може пропагувати нереалістичні стандарти, загострювати увагу аудиторії на поверхневих якостях, перешкоджати критичному мисленню та увічнювати шкідливі соціальні норми (Monro & Huon, 2005).

Колосальну роль для поширення ідеалів в соціумі відіграють ЗМІ. Медіа залучені у формування уявлень і переконань людей про кумирів, будь то знаменитість чи політичний лідер. Існує декілька методів за якими ЗМІ можуть впливати на процес ідеалізації певної особи або образу.

1. Оприлюднення. Оприлюднення та постійне згадування в масмедіа може зробити людину чи групу людей більш знайомими суспільству, що може підвищити їхню популярність і вплив.

2. Фреймінг: ЗМІ можуть формувати те, як особа чи проблема інтегруються у свідомість громадськості (задавати певні сенсові рамки), що може впливати на те, як люди сприймають їх і реагують на них.

3. Вибіркове висвітлення: ЗМІ можуть висвітлювати лише певні аспекти життя чи роботи особи (наприклад, фокусуватися виключно на позитиві, не висвітлюючи недоліки та провали), що може створити упереджену та неповну картину цієї особи.

4. Символіка: ЗМІ можуть використовувати символіку для створення асоціацій між особою чи предметом і певними цінностями, чи віруваннями, що ідеалізуються в суспільстві. Цю закономірність Cleveland, L. виявив ще в середині ХХ ст. (Cleveland, 1969).

5. Емоційна привабливість: засоби масової інформації можуть використовувати емоційні заклики, щоб викликати сильну емоційну реакцію в аудиторії, що може сприяти обожнюванню людини чи ідеї. Наприклад, новина може висвітлити страждання групи людей, що може створити почуття співпереживання та емоційного зв'язку між аудиторією та цією групою (Gamson, Croteau, Hoynes & Sasson, 1992).

Загалом ЗМІ можуть мати значний вплив на ідолопоклонство, формуючи уявлення та переконання людей про людину чи ідею. Важливо критично ставитися до медіаповідомлення і шукати різноманітні джерела інформації, щоб сформувану збалансовану та обґрунтовану думку.

Таким чином, ми виокремили ряд чинників, що призводять до ідеалізації та проаналізували позитивні та негативні наслідки цього явища.

1.2. Психологічні чинники формування ідеалізації відомих людей

Більшість досліджень, спрямованих на виявлення причин ідеалізації тих чи інших особистостей вивчають особливості ідеалізування відомих

людей та вплив цього фактору на фанатів. Дослідниками виділяється такий термін як «синдром ідеалізації» який є частиною obsесивно-компульсивного розладу, в якому людина надто багато приділяє уваги життю певної відомої особистості або ідеалізує певні характеристики його життя. Grohol, J. вказує, що синдром ідеалізації часто буває підкріплений різними психологічними особливостями такими як нейротизм та нездорова obsесія. Такі особливості можуть призвести до дисфункціональної поведінки (Grohol, 2008).

У результаті великого дослідження яке проводилося в 2004 р., Малтбі Дж. (Maltby, J.) та її колегами, було виведено три незалежних фактори ідеалізації та ідолопоклонства:

1. Розважально-соціальний фактор. Цей фактор визначається як найнижчий ступінь ідеалізації відомих людей. Прикладом цього фактора є банальна зацікавленість, звичайні розмови з друзями про відомих людей та поширення інформації про їх життя або поведінку.

2. Інтенсивно-персональний фактор. Цей фактор характеризують безконтрольні думки про певну відому особу, тобто людина починає думати про відому особу навіть тоді, коли в неї не було бажання. Це проміжний між простою розвагою та патологією рівень прояву ідеалізації.

3. Межово-патологічний фактор. На цьому етапі ідеалізація відомої особи людина готова до будь-яких дій для того, щоб зустрітись або побачити відому особу яка йому/їй подобається (Maltby, Day, McCutcheon, Gillett, Houran & Ashe, 2004).

Також у дослідженнях Дж. Малтбі було визначено, що люди які схильні до ідолопоклонства та до загального рівня ідеалізації відомих людей, характеризуються певним набором особистісних рис, серед яких: глупість, безвідповідальність, залежність, нечесність та постійність в своїх

поглядах. Одне з дуже цікавих її досліджень проводилось в Британії, це дослідження було направлене на вивчення ідеалізації відомих людей та релігійності. За результатами цього дослідження було визначено, що як тільки релігійність підвищилася тенденція до ідеалізації відомих людей знижувалась. Оскільки релігія та ідолопоклонство мають певні схильні риси, особливо в контексті людей, які повністю поглинені цими процесами, можна було вважати, що люди які ідеалізують відомих людей також будуть схильні до релігійності. Однак, за результатами цього дослідження було виявлено, що все навпаки та скоріш за все присутність Бога як ідеалу впливає на те, що люди не ідеалізують інших відомих людей (Maltby and others 2004).

Також багато досліджень були присвячені тому щоб знайти індивідуальні особливості, які характеризують осіб, які схильні до ідеалізації відомих та популярних людей. За дослідженнями Ketsoglou, E-M., які були проведені в Сполучених Штатах Америки, було визначено, що люди у яких зафіксовано середній або високий рівень схильності до ідеалізації, також були схильні до когнітивної регідності, дифузії ідентичності, мали погані міжособистісні межі та нарцисистичність (Ketsoglou, 2013).

Декілька науковців вивчали психопатологічні фактори, які можуть впливати на ідеалізацію відомих людей. Важливо зазначити, що досі недостатньо досліджень, які можуть точно зв'язати такі фактори з ідеалізацією, але зараз ми виділимо декілька психопатологічних характеристик які були визначені в проведених раніше у різних куточках світу дослідженнях.

Дисоціація. Дослідження вказують, що високий рівень ідеалізації не пов'язаний з дисоціацією, але середній рівень ідеалізації тобто не дуже і виражене ідолопоклонство може бути пов'язано з дисоціацією (Maltby, Houran & McCutcheon, 2003).

Тенденції до залежності. Дослідження, які проводилися в США Великобританії Канаді та Австралії довело, що статистично, люди які схильні до ідеалізації мають тенденцію до залежності (McCutcheon, Ashe, Houran, & Maltby, 2003).

Схильність до кримінальних вчинків. Вже назване дослідження McCutcheon, L. E. Та інших, яке було проведено в США визначило, що є невеликий зв'язок між цими двома факторами. З чого випливає, що схильність до кримінальних вчинків має невеликий зв'язок зі схильністю до ідеалізації (McCutcheon, Ashe, Houran, & Maltby, 2003).

Схильність до сталкерства. Проблема сталкерства дуже тісно пов'язана з ідеалізацією та виставлення відомих людей на п'єдестал. Сталкери це люди якими зазвичай стають «найвідданіші» фанати. Це люди в яких дуже високий рівень схильності до ідеалізації та відсутність віри в те, що ця відома людина не є ідеальною. Такі люди часто слідкують за відомими людьми, чекають на них біля домівок, надсилають повідомлення та й взагалі руйнують життя відомим людям. Дослідження проведене на базі університету США Sansone, R. A. та Sansone, L. A. визначило, що дійсно статистично така поведінка пов'язана з високим рівнянням ідеалізації відомої людини (Sansone, & Sansone, 2014).

Компульсивні покупки. За допомогою дослідження, на яке ми вже посилалися, було визначено, що матеріалізм та компенсовані покупки пов'язані зі схильністю людини до ідеалізації відомої людини (McCutcheon, Ashe, Houran, & Maltby, 2003).

Депресія та тривожність. На цю тематику Maltby, J., McCutcheon, L. E., та Lowinger, R. J. було проведено 2 дослідження де перше показало, що депресія, тривожність, соматичні симптоми та соціальна дисфункція тісно пов'язані з середнім рівнем ідеалізація. У другому дослідженні з більшою вибіркою, дослідники знайшли, що високий рівень ідеалізації був пов'язаний з загальним рівнем психічного здоров'я. За цим дослідженням

було визначено, що люди з ідеалізацією частіше за все були люди з низьким рівнем психічного здоров'я. Також до вказаних чинників додався фактор задоволеності життям. Окрему увагу було приділено потенційному впливу нейротизму на ідеалізацію (Maltby, McCutcheon & Lowinger, 2011).

1.3. Особливості ідеалізації політичних лідерів

Тенденція високо поважати політичного лідера та розглядати його як ідеального чи майже ідеального лідера відома як ідеалізація. Ця ідеалізація може ґрунтуватися на низці речей, наприклад, харизмі, досягненнях або особистих характеристиках (Lloyd V, 2018).

У ході нашого дослідження особливостей ідеалізації політичних лідерів, особливу увагу треба звернути на роль емоцій в формуванні політичної поведінки. Такі яскраві емоції, як страх, гнів і надія, можуть впливати на те, як люди сприймають і оцінюють політичних лідерів, їх політику та дії. Особливо це важливо враховувати, що у під час війни рівень вираженості таких емоцій збільшився. У спокійні часи, люди, які бояться соціальних змін, можуть з більшою ймовірністю підтримувати лідерів, які обіцяють відновити традиційні цінності та спосіб життя. Так само люди які обурені певними соціальними змінами скоріш за все, підтримають лідерів, які обіцяють розв'язувати ці проблеми.

Важливо зауважити, що послідовники, які обожнюють своїх лідерів, можуть стати менш критичними до їхніх дій і більш схильними до ігнорування негативних аспектів діяльності політика .

Вивчення психологічних аспектів гіперболізації позитивних рис політичного лідера може вплинути на покращення програм які направлені на розвиток критичного мислення та прийняття обґрунтованих рішень. Розуміючи психологічні фактори, що впливають на політичну поведінку, люди можуть краще усвідомити власні упередження.

Дослідження ідеалізації політичних лідерів дають розуміння факторів, які формують політичну поведінку та прийняття рішень,

проливає світло на роль емоцій у політичних поглядах і вподобаннях. Враховуючи, що політичні лідери відіграють вирішальну роль у формуванні поглядів та країни загалом, тому нам важливо розуміти психологічну динаміку, яка лежить в основі явища ідеалізації.

Таке явище може приймати різні форми, починаючи від символічного представлення політичних лідерів і закінчуючи глибокою емоційною прихильністю деяких людей до політичних лідерів.

Досліджуючи політичні аспекти ідолопоклонництва, фахівці Американської психологічної асоціації зазначають, що гіршому випадку ідеалізація політичного лідера може перетворитись до культу особистості. Термін культ особистості часто пояснюють як перебільшена відданість харизматичному політичному, релігійному чи іншому лідеру (American Psychological Association. Cult of personality (n.d.)).

Лідери які прагнуть досягнути того, щоб їх ідеалізували в народі можуть використовувати образи та маніпуляції в засобах масової інформації, щоб сформувати піднесену версію своєї персони. Ця теза відтворюється у багатьох політологічних та психолого-політичних дослідженнях (Cocker & Cronin, 2017), (Crabtree, Kern, Siegel, 2020), (Lu, & Soboleva, 2015).

Різні соціологи, такі як Макс Вебер (M. Weber), представили концепт харизматичного лідера, що дуже важливо в вивченні концепції такого лідерства. Згідно Вебера: «харизма — це певна якість окремої особистості за якою, вона вважається надзвичайною і розглядається як наділена надприродними, надлюдськими або принаймні особливо винятковими здібностями чи якостями» (Weber, 1947).

Для харизматичного лідера послідовники мають вирішальне значення для підтримки їхньої легітимності. Саме тому для таких лідерів важливо знати як впливати на аудиторію, як використовувати медіа для

просування свого образу, в тому числі як зробити так, щоб цей образ здавався ідеальним (Lloyd, 2018).

Вивчаючи цю тематику та переглядаючи теорії пов'язані з психологічними аспектами ідеалізації можна виділити такі фактори які можуть працювати в контекстів політики:

1. Проекція. Це феномен який пояснює схильність людей до проектування своїх надій та страхів на інших. Такий феномен може працювати і в політиці, оскільки через проекцію на політичних акторів або партій люди вважають, що вони втілять їх цінності та переконання. У деяких випадках вони можуть приписувати політичним лідерам надлюдські якості, стверджуючи, що вони абсолютно непогрішні та несприйнятливі до критики (Cossio, 2021).

2. Групова ідентичність. Іноді ідеалізація політиків може бути способом симпатизувати певній групі співгромадян чи ідеології. Приєднання до політичного лідера чи політичної партії може допомогти людям відчувати причетність і товариські стосунки з однодумцями (Verkuyten, 2021).

3. Підтверджувальне упередження. Цей термін знаходимо в дослідженні Casad, B.J. та Luebering, J.E. Науковці вказують, що через цей феномен, люди можуть ідеалізувати тих (зокрема політиків), хто декларує інформацію, яка підтверджує погляди цих людей, в результаті ігноруючи докази, які їм суперечать, фактично ізолюючи себе від інших поглядів (Casad, Luebering, J.E. (n.d.)).

5. Поляризація: ідеалізація може сприяти поляризації та розколу, оскільки люди стають більш послідовними до своїх переконань і менш готові йти на компроміс або працювати з тими, хто має протилежні погляди. Так само може працювати і ефект ідеологічної упередженості. Обожнювання певної політичної фігури може йти тільки від підтримки нею певної ідеології або цінностей.

6. Міфілогізація. Міфологічні образи створені навколо політичного лідера можуть призвести до надмірної ідеалізації. Міфи можуть базуватись на ідеалізованій версії особи, а не на реальній особі чи її діях. Через це окремим особам може бути складно оцінити справжні мотиви чи підходи особи (Ceglarska, 2018).

Якщо ідеалізувати політиків, можна мати викривлене уявлення про діяльність політичного лідера та не визнавати будь-яких негативних наслідків їхньої політики чи дій. Як вже зазначалось вище, такий феномен може вплинути на критичність мислення, що ускладнить глибше розуміння політичного управління.

Крім того, ідеалізація потенційно може сприяти розвитку культу особистості, зосередженого на фігурі, прихильники якого не бажають визнавати будь-які недоліки чи критику своїх дій. У результаті політичні погляди можуть дедалі більше поляризуватися, що ускладнить проведення продуктивних дискусій і дебатів.

Важливо брати участь у критичному аналізі та оцінці політики та стилю лідерства політичного діяча, щоб уникнути ідеалізації. Це включає в себе роздуми як про позитивні, так і про негативні сторони їхньої діяльності та визнання будь-яких несприятливих результатів їхніх рішень. Взаємодія з протилежними точками зору та врахування потенційних недоліків політики чи стилю лідерства також є важливими.

Широкий спектр факторів, включаючи, проєкцію, міфологізацію групову ідентичність, та ідеологічну упередженість, може впливати на ідеалізацію політичного лідерів цілому. Замість того, щоб покладатися виключно на ідеалізований образ політичних лідерів, важливо, щоб люди підходили до них з критичним поглядом і оцінювали їх на основі їхньої діяльності. Відтак, важливо, виокремлювати групу ризику, схильну до ідеалізації політиків, та проводити з ними роз'яснювальну, просвітницьку роботу.

Висновки до Розділу I

У результаті здійсненого теоретичного аналізу, ми з'ясували, що ідеалізація – це перебільшення позитивних якостей та применшення недоліків, пов'язаних з особою, місцем, річчю чи ситуацією. Протилежним феноменом є девальвація – це применшення всіх характеристики явищ, речей, подій, людей та надання їм негативних характеристик.

Ідеалізація може бути пов'язана з декількома чинниками: надмірною прив'язаністю до об'єкту ідеалізації, потребою спроектувати на себе позитивні риси ідола (відтак, ідеалізація, найчастіше пов'язана з низькою самооцінкою), потребою у контролі над ситуацією (здається, що ідеальна людина точно забезпечує цей контроль), а також бажанням справляти через наближеність до ідолів соціальний вплив.

Ідеалізація має як позитивні, так і негативні наслідки для особистості. З одного боку, вона може стимулювати та надихати наблизитися до ідеалу, давати гідні зразки для наслідування, сприяти підвищенню самооцінки та забезпечувати соціальний зв'язок із тими, хто теж вбачає у відповідному об'єкті ідеал. З іншого боку, надмірна ідеалізація, формує нездорову прив'язаність та залежність від ідеала, а також призводить до розчарувань після падіння ілюзій. Ідеалізація також має певні негативні соціальні наслідки, оскільки сприяє формуванню недосяжних взірців, пріоритету демонстрованих цінностей та стигматизації людей, які не вписуються в ці норми та ідеали, а також це призводить до відсутності критичного мислення та самостійного прийняття рішень у членів спільноти.

Аналіз досліджень показав, що ідеалізація може бути наявна на трьох рівнях: розважально-соціальному, інтенсивно-персональному та

межово-патологічному. У межових проявах фактор «синдром ідеалізації» може бути частиною obsесивно-компульсивного розладу, в якому людина надто багато приділяє уваги життю певної відомої особистості або ідеалізує певні характеристики його життя. Люди які схильні до ідолопоклонства та до ідеалізації відомих людей та середньому рівні, характеризуються певним набором особистісних рис, серед яких: глупість, безвідповідальність, залежність, нечесність та постійність в своїх поглядах. Для них також характерними можуть бути дисоціація, схильність до екстремальних та компульсивних дій, депресія та тривожність.

Було виокремлені чинники, що пов'язані з ідеалізацією в політичній сфері. На ідеалізацію політичного лідера може впливати широкий спектр факторів, включаючи, проєкцію (схильність переносити свої надії та страхи на інших), міфологізацію (формування ідеальних версій сутнього), групову ідентичність (спосіб симпатизувати певній групі чи ідеології) та ідеологічну упередженість (ідеалізацію тих, хто декларує схожі з твоїми погляди та відкидання інших думок).

Ідеалізація в політиці може мати негативні наслідки: ставати чинником культу особистості, виступати джерелом поляризації спільноти, сприяти зниженню критичності осмислення політичних процесів та явищ. Саме тому важливо, виокремити групу ризику, схильну до ідеалізації політиків, та розробляти рекомендації щодо нівелювання цього явища.

РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЧНА СХЕМА ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОСІБ, СХИЛЬНИХ ДО ІДЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКІВ

2.1. Загальна методологічна схема дослідження психологічних особливостей осіб, схильних до ідеалізації політичних лідерів

Ідеалізація як фактор визначається нами як схильність людини виділяти тільки позитивні характеристики відомої особи. На основі теоретичного аналізу було з'ясовано, що існує велика кількість психологічних особливостей особистості, які можуть впливати на схильність до ідеалізації. Для виявлення схильності до ідеалізації політичних лідерів нами був обраний опитувальник «Велика П'ятірка ВФІ - 2» в адаптації О.Г. Виноградова, як найкращій опитувальник для виокремлення особистісних рис респондента.

Для виокремлення переліку рис політичних лідерів, які можуть ідеалізуватися досліджуваними було прийнято рішення провести опитування у форматі уніполярного семантичного диференціала. Для цього нами було запущене пілотне опитування, приклад якого ми взяли з дисертації Чуніхіної С. Л. «Індивідуально-стильові особливості контролювання громадянином образу державного чиновника», яка була написана на базі інституту соціальної та політичної психології НАПН України (Чуніхіна, 2015)

Отже, було запущено опитування де респондентам потрібно було написати десять прикметників які асоціюються зі словосполучення «політичний лідер». Після того були відібрані 40 прикметників які повторювались понад два рази. Відібрані прикметники потім використовувались для уніполярного семантичного диференціала, де респондентів просили зазначити за допомогою 4-бальної шкали, якою мірою зазначені якості характеризують (є характерними для) вказаного

політика (де «0» — абсолютно не характерні; «3» – характеризують максимально точно). В опитуванні були зазначені такі політичні особи як: Володимир Зеленський, Сергій Притула та Валерій Залужний. Політичні діячі були обрані на підставі результатів одного з загальнонаціональних телефонних опитувань проведених NDI (National Democratic Institute). За результатом їх опитування найпривабливішими для громадян є Володимир Зеленський, Валерій Залужний та Сергій Притула (Можливості та перешкоди на шляху демократичного переходу України, 2023).

Також у результаті теоретичного аналізу ми визначили, що рівень політичної участі може впливати на ідеалізацію політика, тому у дослідження було включено опитувальник на визначення цього показника.

Ознайомившись з дослідженнями інших науковців, які стосувались визначення впливу психологічних особливостей на ідеалізацію відомих людей, зокрема політиків, особливості цієї ідеалізації, ми прийняли рішення щодо проведення дослідження на цю тему у межах українського суспільства з метою виявити зв'язок ідеалізації з психологічними характеристиками особистості.

Метою емпіричного етапу дослідження стало визначення психологічних особливостей особистостей які схильні до ідеалізації політичних лідерів та залежність від ряду характеристик респондентів (вік, стать, рівень освіти, політичної активності та надання рекомендацій щодо протидії маніпулятивним впливам у політичних повідомленнях та важливості перевірки інформації у медійному просторі.

Завданнями емпіричного етапу дослідження стало:

1. Дібрати відповідний інструментарій та стимульний матеріал для дослідження психологічних особливостей осіб, схильних до ідеалізації лідера країни в умовах війни;

2. Здійснити емпіричне дослідження соціально-психологічних чинників ідеалізації лідера країни в умовах війни;

3. Виявити та проаналізувати зв'язок ідеалізації політичного лідера та окремих особистісних характеристик респондентів.

4. На основі отриманих результатів надати практичні рекомендації щодо протидії маніпулятивним впливам, розвитку критичного мислення для запобігання надмірної ідеалізації політичних лідерів та важливості перевірки інформації у медійному просторі.

Гіпотеза: певні психологічні особливості впливають на схильність до ідеалізації політичного діяча.

Конкуруюча гіпотеза: психологічні особливості не впливають на схильність до ідеалізації політичних лідерів.

Нульова Гіпотеза: психологічні особливості пов'язані з ідеалізацією політичних лідерів.

Для перевірки наявних гіпотез була розроблена відповідна методологічна схема дослідження, яка включала наступні етапи: підготовчий, етап відбору стимульного матеріалу, етап проведення дослідження за збору даних, етап обробки та аналізу даних, етап узагальнення результатів.

На підготовчому етапі нами була конкретизована гіпотеза та уточнені задачі емпіричного дослідження, розроблена загальна методологічна схема дослідження, дібрані цілевідповідні методи дослідження. На цьому етапі також була розроблена анкета для виявлення соціально-демографічних відомостей про респондентів.

На етапі відбору стимульного матеріалу було відібрано сорок прикметників для визначення рівня ідеалізації представленого політика. Прикметники були виокремлені за допомогою асоціативного опитування.

У формі-опитувальнику, який пропонувалося заповнити респондентам, окрім питань, що стосувалися характеристик політичних лідерів та особистих відомостей були включені також:

- «Опитувальник оцінки рівня політичної активності» Кияшко Л.О;

- Методика «Велика П'ятірка»;
- Опитування на визначення отримання джерел політичної інформації.

Після збору та аналізу даних нами був здійснений аналіз закономірностей ідеалізації означених українських політиків після та проведений кореляційний аналіз для виявлення залежності схильності до позитивної характеристики політика з визначеними психологічними аспектами. Також особливості таких схильностей з такими факторами як: вік, стать, регіон проживання, рівнем освіти та політичною активністю.

Усі результати дослідження оброблялися статистично за допомогою SPSS Statistics та Microsoft Office Excel та підлягали подальшому аналізу та інтерпретації.

Характеристика вибірки

У дослідженні взяли участь 116 осіб, обох статей, різного віку та різним рівнем освіти. У дослідженні взяли участь люди віком від 19 до 75 років. Таким чином, віковий діапазон, охоплений дослідженням був доволі широким. Саме тому ми виділили три вікові групи (Див. Таблицю 2.1). За таблицею ми можемо побачити, що більша кількість людей які проходили опитування є віком від 26 до 75. Вікова група від 0 - 25 років складає 17,2% від усієї вибірки, група від 26 - 50 років 41,4% та група 51 -75 складає 41,4% від усієї вибірки відповідно.

Таблиця 2.1. Віковий розподіл досліджуваних

Віковий розподіл досліджуваних					
		Частота	Відсотки	Валідний відсоток	Накопичений відсоток
Валідні	0 - 25	20	17,2	17,2	17,2
	26 - 50	48	41,4	41,4	58,6
	51 - 75	48	41,4	41,4	100,0
	Усього	116	100,0	100,0	

У нашому дослідженні взяли участь 90 жінок та 26 чоловіків, що складає 77,6% та 22,4% від вибірки відповідно. (Див. Таблицю 2.2)

Нерівномірність респондентів різної статі також не дозволила в подальшому зробити точні висновки щодо впливу ідеалізації політиків в залежності від статі. Втім, певні закономірності, які були виявлені підлягали аналізу та описуватимуться нами надалі.

Таблиця 2.2. Розподіл вибірки за статтю

Розподіл вибірки за статтю					
		Частота	Відсотки	Валідний відсоток	Накопичений відсоток
Валідні	Ж	90	77,6	77,6	77,6
	Ч	26	22,4	22,4	100,0
	Усього	116	100,0	100,0	

В опитуванні взяли участь люди з різним рівнем освіти. Розподіл між людьми з різними рівнями освіти, як і осіб різної статі теж є не рівномірним.

Таблиця 2.3. Рівень освіти досліджуваних

Рівень освіти досліджуваних					
		Частота	Відсотки	Валідний відсоток	Накопичений відсоток
Валідні	Вища абр незакінчена вища	104	89,7	89,7	89,7
	Загальна середня	4	3,4	3,4	93,1
	Середня спеціальна	6	5,2	5,2	98,3
	Незакінчена середня	2	1,7	1,7	100,0

	Усього	116	100,0	100,0	
--	--------	-----	-------	-------	--

З огляду на нерівномірність розподілу не можна проводити точний аналіз що до залежності фактору ідеалізації від рівня освіти. Однак, ми можемо зазначити, що більшість осіб які пройшли опитування мають вищу або не закінчену вищу освіту, 89,7% від усієї вибірки. (Див. Таблицю 2.3).

Вибірка складається з людей, які знаходяться в різноманітних регіонах України або проживають за кордоном. Основна частина вибірки знаходиться в Києві та Київській області, що складає 65,5% від усієї вибірки. Окрім того, що опитуванні приймали участь люди з різних територій України, також можна побачити п'ятьох людей з інших країн, що складає 8,5% вибірки. (Див. Таблицю 2.4)

Таблиця 2.4. Регіон проживання досліджуваних

Регіон проживання досліджуваних					
		Частота	Відсотки	Валідний відсоток	Накопичений відсоток
Валідні	Вишгород	2	1,7	1,7	1,7
	Відень	2	1,7	1,7	3,4
	Вінниця	2	1,7	1,7	5,2
	Дніпро	2	1,7	1,7	6,9
	Дніпропетровська область	2	1,7	1,7	8,6
	Дрогобич	2	1,7	1,7	10,3
	Знам'янка	2	1,7	1,7	12,1
	Італія	2	1,7	1,7	13,8
	Київ	72	62,1	62,1	75,9
	Київська область	4	3,4	3,4	79,3
	Краматорськ	2	1,7	1,7	81,0
	Кривий Ріг	2	1,7	1,7	82,8
	М.Харків	1	0,9	0,9	83,6
	Мелітополь	2	1,7	1,7	85,3
	Миколаїв	2	1,7	1,7	87,1
	Німеччина	2	1,7	1,7	88,8
	Одеса	2	1,7	1,7	90,5
	Одеська область	2	1,7	1,7	92,2
	США	2	1,7	1,7	94,0
	Таїланд	2	1,7	1,7	95,7
	Харків	1	0,9	0,9	96,6

Херсонська область	2	1,7	1,7	98,3
Швейцарія	2	1,7	1,7	100,0
Усього	116	100,0	100,0	

Опитування з урахуванням обмежень пов'язаними з розвитком повномасштабної війни проводилося заочно, за допомогою декількох різних соціальних мереж, таких як Facebook, Telegram, Instagram з опитувальником у Google Form. Це підвищує загальну рандомізованість, що в свою чергу позитивно впливає на збільшену репрезентативність вибірки.

2.2. Характеристика методологічного інструментарію

Для реалізації поставлених задач використовувались анкетне опитування, стимульний матеріал у вигляді шкал уніполярного диференціалу з заданою оцінкою та дві стандартизовані методики: опитувальник «П'ятифакторний опитувальник особистості», «Опитувальник оцінки рівня політичної активності» Кияшко Л.О.

«П'ятифакторний опитувальник особистості»

Основною причиною використання опитувальника «Велика п'ятірка» є те що він дозволяє розробити портрет особистості, схильної до ідеалізації політичних лідерів на основі відомої п'ятифакторної моделі особистості.

Факторами називають тенденцію до поведінки певним чином що виявляється у широкому спектрі ситуацій. П'ятифакторна модель особистості це модель яка характеризує людину через через п'ять факторів. Опитувальник BFI-2 Це адаптація опитувальника яка складається з шестидесяти питань і була розроблена Олівером Джоном і Крістофером Сото у 2015р.

Опитувальник містить 60 тверджень відповіді представлені у вигляді спектру з 5 рівнів згодження. В п'ятифакторній моделі виділяється первинні та вторинні фактори. Окремі групи первинних факторів формують вторинні. Всього є 25 первинних факторів та 5 вторинних.

Первинні та вторинні фактори розділяються таким чином:

1. Екстраверсія: 1.1 Товариськість, 1.2 Наполегливість, 1.3 Рівень Енергії.
2. Доброзичливість: 2.1 Співчуття, 2.2. Шанобливість, 2.3 Довіра.
3. Сумлінність: 3.1. Організованість, 3.2. Продуктивність, 3.3.Відповідальність
4. Нейротизм: 4.1. Тривога, 4.2. Депресія, 4.3. Емоційна мінливість
5. Відкритість досвіду: 5.1. Інтелектуальна допитливість, 5.2. Естетична чутливість, 5.3. Креативна уява

«Опитувальник оцінки рівня політичної активності» Кияшко Л.О.

Після аналізу теоретичного матеріалу ми дійшли до висновку, що ідеалізація політиків може бути пов'язана з рівнем політичної активності. Тож ми вирішили використовувати метод опитування Кияшко який використовується для оцінки рівня політичної активності. Кіяшко Л. запропонувала трикомпонентну модель політичної участі, в ній враховується когнітивний рівень (обізнаність щодо політичних процесів), словесно-комунікативний (готовність обговорювати політику та політичні процеси з іншими людьми) та поведінково-вольовий (готовність діяти та реальні дії, інтегровані у політичне життя).

Питання опитувальника спрямовані на отримання суб'єктивної оцінки складових політичної активності: когнітивної, поведінкової та вербально-комунікативної за рахунок пропозиції оцінити певні співставні з цими складовими ситуації та висловити міру своєї згоди з готовністю відреагувати певним чином. Дев'ять позитивних рішень щодо

запропонованих ситуацій вказують на найвищий рівень політичної участі досліджувано7го. І навпаки, дев1ять негативних рішень щодо цих витуацій свідчать про повну апатію досліджуваного до політичного життя країни і, відповідно, про найнижчий рівень політичної участі. Тобто люди які отримували від 12 до 18 мають високий рівень політичної активності, люди які отримали від 6 до 12 балів мають середній рівень, а ті хто отримав від 0 до 6 балів мають дуже низький рівень політичної активності (Кіяшко, 2013).

Оцінка ідеалізації політичних осіб

На першому етапі дослідження фактору ідеалізації політичних осіб нами було проведено асоціативне дослідження. Ідея цього дослідження була взята з дисертації написаний на базі інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Перед запуском основного опитування нами було прийнято рішення, зробити асоціативне опитування. Респондентам було надано завдання написати десять прикметників які асоціюються в них зі словосполученням «політичний лідер». За результатами опитування ми обрали 40 прикметників які повторювалось понад 2 рази.

У Додатку А.3 представлено результати асоціативного опитування. За результатами, які ми отримали після аналізу відповідного асоціативного тесту, ми можемо виділити прикметники які повторювали найчастіше для характеристики політичного лідера, а саме:

- Відповідальний
- Рішучий
- Розумний
- Харизматичний
- Чесний
- Освічений

- Справедливий

Ці прикметники були використані в подальшому дослідженні для розробки уніполярного семантичного диференціалу.

Також були використані такі прикметники як: досвідчений, компетентний, впевнений, дипломатичний, сильний, стійкий, цілеспрямований, комунікабельний, вагомий, відданий, вірний, впливовий, врівноважений, гнучкий, демократичний, кмітливий, надихаючий, організований, працьовитий та сміливий, за допомогою яких часто характеризують політиків в медіа.

Цікавим спостереженням є те, що всі прикметники, які в респондентів асоціювались з словосполученням «політичний лідер» мають позитивний характер.

Ці прикметники надалі використовуються для оцінки рівня ідеалізації та були запущені у форматі опитування оцінки відношення того чи іншого прикметника до певної політичної особи.

Таким чином, люди які оцінювали позитивні характеристики на максимум, а негативні на мінімум характеризувалися як ті, що схильні ідеалізувати політичних лідерів.

Висновки до розділу II

На основі віднайдених у межах теоретичного аналізу закономірностей, що стосуються феномену ідеалізації політичних лідерів та імовірних чинників схильності створення ідеалів, нами була розроблена загальна методологічна схема дослідження соціально-психологічних чинників ідеалізації політичних лідерів в умовах війни.

Було визначено, що імовірними психологічними чинниками, що можуть справляти вплив на формування схильності до ідеалізації

політичних лідерів є особистісні риси характеру, міра політичної участі, вплив медіа тощо.

Для детального аналізу вище зазначених психологічних чинників були відібрані дослідницькі методики, серед яких методика «Велика п'ятірка» за адаптацією О.Г.Виноградова; «Опитувальник оцінки рівня політичної активності» Кияшко Л.О; анкета на визначення отримання джерел політичної інформації. Для виявлення рівня ідеалізації політичних лідерів нами був розроблений уніполярний семантичний диференціал зі шкалами, які були обрані в результаті асоціативного експерименту (асоціації рис, якими наділений ідеальний політичний лідер).

Була сформована вибірка, до якої увійшли люди рівного віку, статі, з різним місцем проживання (як в Україні, так і поза її межами). Вибірку склали 116 осіб, обох статей, різного віку та різним рівнем освіти. У дослідженні взяли участь люди віком від 19 до 75 років.

Для обробки та аналізу отриманих емпіричних даних було відібрано ряд статистичних методів та процедур, зокрема, аналіз середніх значень, кореляційний аналіз, регресійний аналіз.

Розділ III. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОСІБ, СХИЛЬНИХ ДО ІДЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНИХ ЛІДЕРІВ

3.1. Аналіз середніх значень, що характеризують вибірку та її схильність до ідеалізації політиків

У рамках дослідження були виявлені певні особистісні характеристики які притаманні особам, в яких є схильність до ідеалізації певних політичних лідерів. Також були проаналізовані предиктори, які могли впливати на схильність до ідеалізації політиків та яка аудиторія буде позитивно оцінювати політика.

Загалом в опитуванні взяли участь 116 осіб різного віку та статі, з різною освітою та з різних регіонів.

Спершу проаналізуємо виявлені нами сполучення між віком респондентів рівнем політичної участі. (Див. Таблицю 3.1)

Таблиця 3.1. Особливості політичної участі досліджуваних різного віку

Особливості політичної участі досліджуваних різного віку					
Кількість		Політ.участь			Усього
		Низький	Середній	Високий	
Вік	0 - 25	12	6	2	20
	26 - 50	23	19	6	48
	51 - 75	21	20	7	48
Усього		56	45	15	116

На цій таблиці ми можемо побачити, що більшість (56), людей які взяли участь у дослідженні мають низький рівень політичної участі, що складає 48.3% від усієї вибірки. За віком можна простежити, що група від 51 до 75 має більшу кількість осіб з високим рівнем політичної участі, тоді як молодь (до 25) в більшості мають низький рівень політичної участі.

Люди віком від 26 до 50 в більшості мають низький рівень політичної участі.

Наступним ми будемо розглядати сполучення між статтю та політичною участю.

Таблиця 3.2. Особливості політичної участі досліджуваних різної статі

Особливості політичної участі досліджуваних різної статі					
Кількість					
		Політуність			Усього
		Низький	Середній	Високий	
Стать	Ж	41	36	13	90
	Ч	15	9	2	26
Усього		56	45	15	116

Аналізуючи цю таблицю ми можемо сказати що відсотковим співвідношенні, чоловіки більше мають низький рівень політичної участі, 57.7% та 45.6% відповідно. Однак, тільки 7.7% чоловіків мають високий рівень політичної участі, коли з жінок 14.4% мають такий самий рівень. (Див. Таблицю 3.2)

Останнім ми розглянемо таблицю сполучення політичної участі та рівнем освіти.

Таблиця 3.3. Особливості політичної участі досліджуваних з різним рівнем освіти

Особливості політичної участі досліджуваних з різним рівнем освіти					
Кількість					
		Політуність			Усього
		Низький	Середній	Високий	
Освіта	Вища абор незакінчена вища	52	39	13	104
	Загальна середня	1	2	1	4
	Середня спеціальна	3	3	0	6
	Незакінчена середня	0	1	1	2
Усього		56	45	15	116

Вивчаючи результати таблиці ми робимо висновок, що скоріш за все рівень освіти ніяк не впливає на політичну участь та також відсутність більш менш рівномірного розподілу не дає нам можливості казати про якісь результати. За цією таблицею ми бачимо, що більшість людей з вищою або незакінченою вищою освітою мають низький рівень політичної участі. (Див. Таблицю 3.3.)

Під час розробки дослідження ми вирішили, що буде важливим визначити, як та де респонденти відстежують інформацію про події в Україні.

Результати, наведені в таблиці 3.4. демонструють нам, що більшість респондентів дивляться українські новини кілька разів на тиждень (13,8%) або навіть щодня (81%). (Див. Таблицю 3.4.)

Таблиця 3.4. Частота перегляду політичних новин

Частота перегляду політичних новин					
		Частота	Відсотки	Валідний відсоток	Накопичений відсоток
Валідні	Важко відповісти, відмова від відповіді	4	3,4	3,4	3,4
	Раз на тиждень або рідше	2	1,7	1,7	5,2
	Так, кілька разів на тиждень	16	13,8	13,8	19,0
	Так, щодня	94	81,0	81,0	100,0
	Усього	116	100,0	100,0	

Результати, наведені на рис 3.1. демонструють, що більшість респондентів відстежують ситуацію в Україні через передачі Українського телебачення, Українські інтернет-сайти та веб портали та через соціальні мережі. Значна частка досліджуваних дізнається новини по телебаченню. Відсоток тих, хто послуговується іншими джерелами інформації (радіо, преса, місцеве телебачення, зарубіжні засоби масової інформації) є надзвичайно малим.



Рис.3.1. Джерела отримання політичної інформації

Оскільки на рис.3.1. ми бачимо, що майже половина респондентів передивляється новини у соціальних мережах, логічним буде подивитись яка кількість людей відстежує особисті та офіційні сторінки політичних лідерів та установ України. За таблицею ми можемо бачити, що 25,9% респондентів передивляються інформацію кожного дня, 44,8% зрідка передивляються ці сторінки та 25,9% взагалі не слідкують. (Див. Таблицю 3.5.)

Таблиця 3.5. Частота досліджуваних, які переглядають офіційні сторінки політиків

Частота досліджуваних, які переглядають офіційні сторінки політиків					
		Частота	Відсотки	Валідний відсоток	Накопичений відсоток
Валідні	Не слідкую	30	25,9	25,9	25,9
	Підписаний на ці сторінки, але ніколи їх не дивлюсь	2	1,7	1,7	27,6
	Рідко перевіряю ці сторінки	52	44,8	44,8	72,4
	Так , кожного дня передивляю інформацію	2	1,7	1,7	74,1
	Так, кожного дня передивляю інформацію	30	25,9	25,9	100,0
	Усього	116	100,0	100,0	

Наступним, важливо було описати статистичні данні людей, яких ми виділили як тих, хто має схильність до ідеалізування. За першими двома таблицями ми можемо побачити, що кількість таких респондентів дорівнює 46. Більшість людей які схильні до ідеалізації, це люди віком від 0-25 та від 26 -50ти, що складає 39,1% та 43,5% від вибірки, відповідно. (Див. Таблицю 3.6.)

Таблиця 3.6. Віковий розподіл респондентів схильних до ідеалізації політичних лідерів

Віковий розподіл респондентів схильних до ідеалізації політичних лідерів					
		Частота	Відсотки	Валідний відсоток	Накопичений відсоток
Валідні	0 - 25	18	39,1	39,1	39,1
	26 - 50	20	43,5	43,5	82,6
	51 - 75	8	17,4	17,4	100,0
	Усього	46	100,0	100,0	

Наступна таблиця показує нам, що в відсотковому співвідношенні люди які схильні до ідеалізації не відрізняються за статтю. Однак, можна виокремити той факт, що відсоток жінок більший за відсоток чоловіків. (Див. Таблицю 3.7.)

Таблиця 3.7. Статевий розподіл респондентів, схильних до ідеалізації політичних лідерів

Статевий розподіл респондентів, схильних до ідеалізації політичних лідерів					
		Частота	Відсотки	Валідний відсоток	Накопичений відсоток
Валідні	Ж	26	56,5	56,5	56,5
	Ч	20	43,5	43,5	100,0
	Усього	46	100,0	100,0	

Останньою ми проаналізуємо таблицю яка описує який рівень політичної участі мають люди в яких є схильність до ідеалізації політичних лідерів. Більшість респондентів з такою схильністю мають низький рівень політичної участі 52,2% від вибірки

Таблиця 3.8. Розподіл респондентів схильних до ідеалізації політичних лідерів в залежності від рівня їх політичної участі

Розподіл респондентів схильних до ідеалізації політичних лідерів в залежності від рівня їх політичної участі					
		Частота	Відсотки	Валідний відсоток	Накопичений відсоток
Валідні	Низький	24	52,2	52,2	52,2
	Середній	16	34,8	34,8	87,0
	Високий	6	13,0	13,0	100,0
	Усього	46	100,0	100,0	

Меншість має високий рівень політичної участі 13%. Результати статистичної обробки вказують на те, що люди які ідеалізують політичних лідерів скоріш за все будуть мати низький або середній рівень політичної участі (див. Таб. 3.8.).

3.2 Аналіз психологічних чинників схильності до ідеалізації політиків

Перед тим як переходити до обробки результатів потрібно перевірити чи має вибірка нормальний та рівномірний розподіл. Для виконання цього завдання ми робимо Колмогорова-Смирнова.(Див. Додаток 1.).

За таблицею Колмагорова-Смирнова ми бачимо, що всі асимп. Значення дорівнюють 0,000. Такі показники вказують на те, що розподіл вибірки у не можна назвати нормальною.

Таким чином ми переходимо до кореляцій без т-теста, оскільки розподіл не є нормативним.

Для дослідження соціально психологічних особливостей ідеалізації ми використовували 40 прикметників які були обрані за допомогою асоціативного дослідження. Респондентів просили оцінити таких політичних лідерів як Володимир Зеленський, Валерій Залужний та Сергій Притула.

Для початку розглянемо середні оцінки по кожному з політиків. Розглядаючи діаграму важливо зазначити що по прикметникам, які мають негативний характер оцінка ближче до 1 означає, що респонденти з цим не погоджуються, а для позитивно забарвлених прикметників оцінка наближена до 3 означає повну згоду.

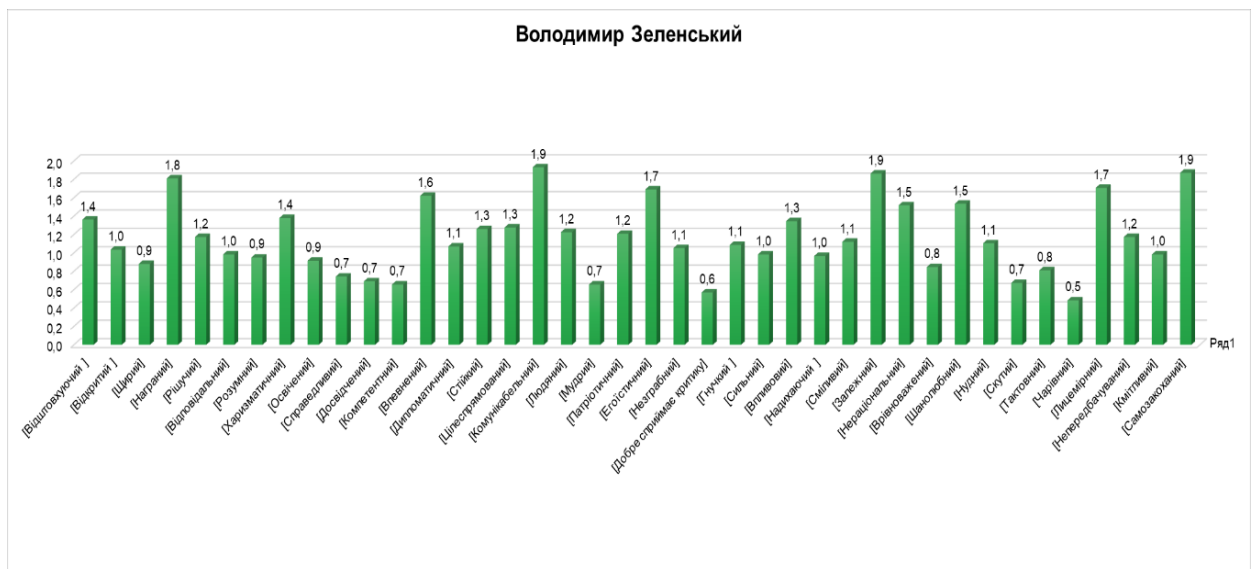


Рис.3.2. Характеристики, якими найчастіше наділяють Володимира Зеленського

Вивчаючи діаграму за результатами опитування за Володимиром Зеленським ми можемо зробити висновки, що в середньому респонденти оцінюють його більше негативно ніж позитивно. Сукупна кількість негативних оцінок переважає позитивні, а бали набрані за цими

характеристиками є достатньо високими. За середніми значеннями респонденти описують Володимира Зеленського як:

Позитивні риси: впевнений, комунікабельний, вважають, що він людина, яка добре сприймає критику, вправний, цікавий, відкритий, приємний;

Негативні риси: нещирий, нерішучий, безвідповідальний, нерозумний, недосвідчений та неосвідчений, некомпетентний, награний, не дипломатичний, не вважають його мудрим, егоїстичний, несміливий, залежний, нерациональний, неврівноважений, шанобливий, безтактовний, лицемірний, передбачуваний, не кмітливий та самозакоханий.

За цими результатами можемо чітко визначити, що респонденти у середньому не є прихильниками Зеленського, а навпаки оцінюють його в більшості негативно ніж позитивно. Це можна пояснити по перше тим, що відсутній нормальний розподіл вибірки та тим, що Зеленський є політичним лідером тобто президентом. Президенти зазвичай мають набагато більше критики в свою сторону, оскільки за ними слідкують більше та інформації яка компрометує або викриває аспекти його життя до виборів, від чого і може підвищуватись кількість негативних характеристик в сторону Володимира Зеленського. (Див. Рис 3.1.)

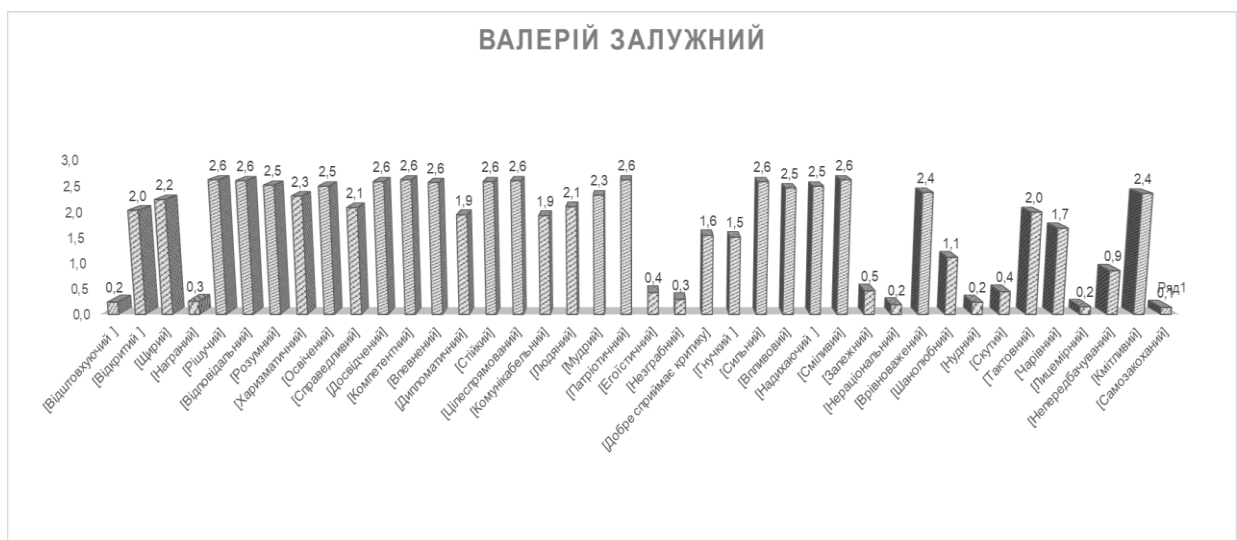


Рис.3.3. Характеристики, якими найчастіше наділяють

Вивчаючи діаграму за результатами опитування щодо характеристик Валерія Залужного ми можемо зробити висновки, що в середньому респонденти оцінюють його більше позитивно ніж негативно. Кількість позитивних характеристик переважає негативні, а їх середній бал є достатньо високим.

За середніми значеннями респонденти описують Валерія Залужного як:

Позитивні риси : приємний, відкритий, щирий, не награний, рішучий, відповідальний, розумний, харизматичний, освічений, досвідчений, справедливий, компетентний, впевнений, стійкий, цілеспрямований, патріотичний, не незграбний, не егоїстичний, сильний, впливовий, надихаючий, сміливий, не залежний, врівноважений, не шанобливий, не нудний, не скутий, кмітливий, не лицемірний, не непередбачуваний, не самозакоханий.

Негативні та нейтральні риси : всі інші характеристики були оцінені на середні значення, що вказує на те що респонденти не схильні оцінювати негативно Валерія Залужного.

За цими результатами можемо чітко визначити, що респонденти у середньому є прихильниками Валерія Залужного та оцінюють його максимально позитивно. Валерій Залужний – політичний діяч, який відноситься до військової діяльності. Такі хороші відгуки про Залужного, в теорії, можуть вказувати на те, що він став більш популярним під час початку повномасштабного вторгнення, з ним пов'язують багато надій та сподівань на вправність нашого війська та зрештою – перемогу у війні. Також на відміну від Зеленського, його фігура не часто з'являється в ЗМІ, та в медіа не впливає ніякої інформації яка могла б його виставити в сильно поганому світлі. (Див. Рис 3.3.).

Вивчаючи діаграму за результатами опитування за Сергієм Притулою ми можемо зробити висновки, що в середньому респонденти оцінюють його дуже помірно, більшість показників знаходяться між 1,4 та 1,7, від 3, що вказує на те, що респонденти оцінювали його нейтрально. За середніми значеннями респонденти описують Сергія Притулу як:

Позитивні риси: не відштовхуючий, харизматичний, освічений, впевнений, цілеспрямований, комунікабельний, патріотичний, не незграбний, раціональний, не нудний, не скутий, кмітливий.

Негативні риси: нещирий, наганий, погано сприймає критику, шанобливий, самозакоханий.

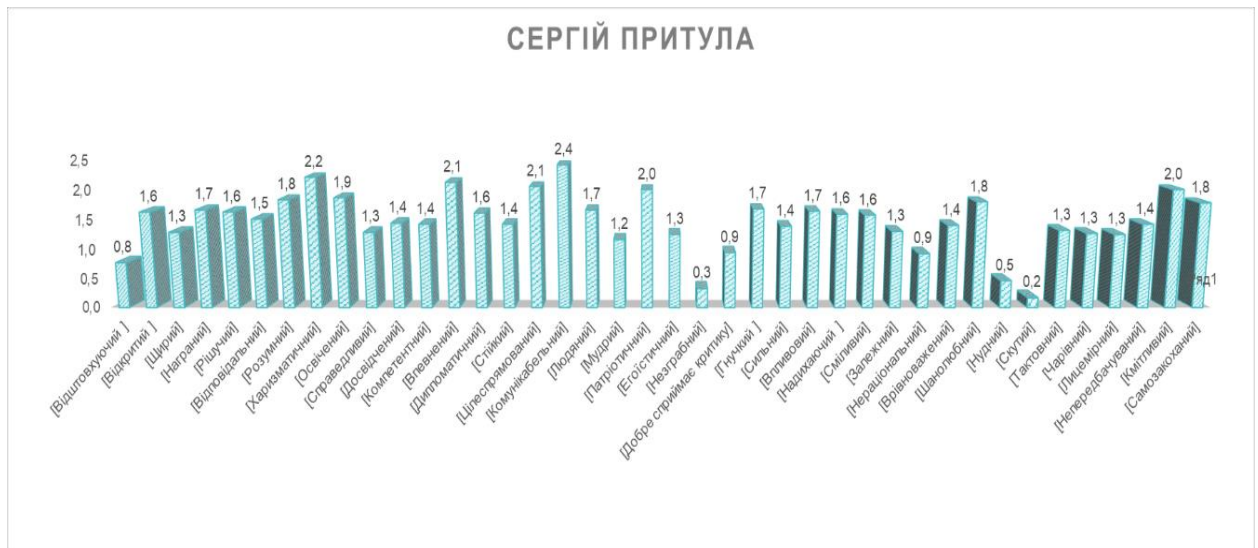


Рис.3.4. Характеристики, якими найчастіше наділяють Сергія Притулу

Сергія Притулу описують більш позитивно, ніж негативно, але в середньому просто нейтрально. Такі результати в теорії, можуть бути поперше, результатом того, що ми отримували повідомлення від деяких респондентів де вони писали, що не знають що взагалі писати про Притулу. По-друге, Сергій Притула загалом є більше громадським, аніж політичним діячем, на відміну від Зеленського та Залужного, він є менш

публічним, популярним в обмежених колах, тому погляди респондентів залишаються більш-менш нейтральними. (Див. Рис 3.3.)

Наступним кроком для нас було розрахування та виділення групи респондентів, для яких було характерним оцінювати представлених політичних осіб позитивно, що ми назвали ідеалізацією.

Для виявлення особистісних характеристик нам треба провести кореляційний та регресійний аналіз. Для пошуку зв'язків між рівнем ідеалізації та особистісних характеристик, які були визначені за допомогою опитувальника «BFI-2», ми проведемо кореляційний аналіз за методом Спірмена, оскільки розподіл вибірки не є нормальним. (див. Таб. 3.10.)

Таблиця 3.10. Зв'язок ідеалізації В.Зеленського з характеристиками за факторами Великої п'ятірки тих, хто його ідеалізує

Кореляції		
Ро Спірмена		ІД1
ІД1	Коефіцієнт	1,000
	Знач.	
	N	32
Екстравертованість	Коефіцієнт	200
	Знач.	137
	N	32
Доброзичливість	Коефіцієнт	44
	Знач.	405
	N	32
Нейротизм	Коефіцієнт	-,323*
	Знач.	36
	N	32
Відкритість новому досвіду	Коефіцієнт	-195
	Знач.	143
	N	32

Сумлінність	Коефіцієнт	27
	Знач.	441
	N	32

Детальні результати кореляційного аналізу щодо рис характеристик осіб, схильних ідеалізувати Володимира Зеленського представлені в Додатку А1.

Результати дослідження, представлені у таблиці 3.10. свідчать, що ми не можемо спостерігати зв'язки між основними п'ятьма факторами особистісного опитувальника та схильністю до ідеалізації Володимира Зеленського. За результатами ми бачимо, що тільки один фактор є значимим, $-,323$ «Нейротизм». Це значення вказує на негативну кореляцію, тобто коли рівень нейротизму зменшується збільшується рівень ідеалізації до Володимира Зеленського.

Отримані результати вказують на те, що люди які не схильні до психологічного стресу та не мають тенденцій відчувати неприємні емоції такі як тривога, депресія та гнів, оцінюють Зеленського в більш позитивній формі ніж інші. Тобто від є ідеалом для більш оптимістичних, легких, не обтяжених переживаннями людей.

В опитувальнику BFI-2 також є вторинні фактори, які цікаво розглянути за відсутності визначних результатів за основними п'ятьма факторами. За цими даними, ми можемо зробити такі висновки щодо тих, хто ідеалізує В.Зеленського:

- Чим вище показники схильності до ідеалізації Зеленського тим вище показники наполегливості ($,385$);

- Чим вище показники схильності до ідеалізації Зеленського тим нижче показники інтелектуальної допитливості ($-,619$);

За результатами кореляційного аналізу ми можемо визначити, що люди які мають схильність до ідеалізації Володимира Зеленського мають

низький рівень нейротизму, високу наполегливість та низьку інтелектуальну допитливість. (Див. Таблицю 3.11)

Таблиця 3.11. Зв'язок ідеалізації В.Зеленського з вторинними факторами

Кореляції / R_o Спірмена		ІД1
ІД1	Коефіцієнт кореляції	1,000
	Знач. (одностороння)	
	N	32
Соціальний	Коефіцієнт кореляції	22
	Знач. (одностороння)	452
	N	32
Недалекий	Коефіцієнт кореляції	,385*
	Знач. (одностороння)	15
	N	32
Енергійний	Коефіцієнт кореляції	173
	Знач. (одностороння)	172
	N	32
Співчутливий	Коефіцієнт кореляції	-49
	Знач. (одностороння)	395
	N	32
Шанобливий	Коефіцієнт кореляції	-87
	Знач. (одностороння)	319
	N	32
Довірливий	Коефіцієнт кореляції	-272
	Знач. (одностороння)	66
	N	32
Організований	Коефіцієнт кореляції	235
	Знач. (одностороння)	98
	N	32
Продуктивний	Коефіцієнт кореляції	-8
	Знач. (одностороння)	483
	N	32
Відповідальний	Коефіцієнт кореляції	-177
	Знач. (одностороння)	166
	N	32
Тривожний	Коефіцієнт кореляції	-59
	Знач. (одностороння)	375
	N	32
Депресивний	Коефіцієнт кореляції	-92
	Знач. (одностороння)	308
	N	32
Емоційно нестабільний	Коефіцієнт кореляції	-270
	Знач. (одностороння)	68
	N	32
Інтелектуально допитливий	Коефіцієнт кореляції	-,619**
	Знач. (одностороння)	0
	N	32
	Коефіцієнт кореляції	90
	Знач. (одностороння)	311

Естетичний	N	32
Креативний	Коефіцієнт кореляції	108
	Знач. (одностороння)	277
	N	32

* Кореляція значима лише на рівні 0,05 (одностороння). ** Кореляція значима лише на рівні 0,01 (одностороння).

Наступним кроком буде аналіз результатів дослідження по Валерію Залужному. (Див. Таблицю 3.12)

Таблиця 3.12. *Зв'язок ідеалізації В.Залужного з характеристиками за факторами Великої п'ятірки тих, хто його ідеалізує*

Кореляції		ІД2
Екстравертованість	Коефіцієнт кореляції	,242*
	Знач. (одностороння)	12
	N	88
Доброчливість	Коефіцієнт кореляції	,185*
	Знач. (одностороння)	42
	N	88
Нейротизм	Коефіцієнт кореляції	-,192*
	Знач. (одностороння)	36
	N	88
Відкритість новому досвіду	Коефіцієнт кореляції	-101
	Знач. (одностороння)	176
	N	88
Сумлінність	Коефіцієнт кореляції	,287**
	Знач. (одностороння)	3
	N	88

За результатами кореляційного аналізу ми можемо спостерігати такі результати:

- Чим вищий рівень сумлінності тим більша схильність до ідеалізації Валерія Залужного (,287);

- Чим нижчий рівень нейротизму тим більша схильність до ідеалізації Валерія Залужного (- ,192);
- Чим вищий рівень екстраверсії тим більша схильність до ідеалізації Валерія Залужного (,242);

Таблиця 3.13. Зв'язок ідеалізації В.Залужного з вторинними факторами Великої п'ятірки у

Кореляції/ Ро Спірмена		ІД2
ІД2	Коефіцієнт кореляції	1.000
	Знач. (одностороння)	
	N	88
ІД3	Коефіцієнт кореляції	145
	Знач. (одностороння)	90
	N	88
Соціальний	Коефіцієнт кореляції	35
	Знач. (одностороння)	372
	N	88
Недалекий	Коефіцієнт кореляції	.297**
	Знач. (одностороння)	2
	N	88
Енергійний	Коефіцієнт кореляції	132
	Знач. (одностороння)	111
	N	88
Співчутливий	Коефіцієнт кореляції	.246*
	Знач. (одностороння)	10
	N	88
Шанобливий	Коефіцієнт кореляції	.187*
	Знач. (одностороння)	40
	N	88
Довірливий	Коефіцієнт кореляції	-176
	Знач. (одностороння)	50
	N	88
Організований	Коефіцієнт кореляції	139
	Знач. (одностороння)	98
	N	88
Продуктивний	Коефіцієнт кореляції	61
	Знач. (одностороння)	286
	N	88
Відповідальний	Коефіцієнт кореляції	.303**
	Знач. (одностороння)	2
	N	88
Тривожний	Коефіцієнт кореляції	-.248**
	Знач. (одностороння)	10
	N	88
Депресивний	Коефіцієнт кореляції	-109
	Знач. (одностороння)	157
	N	88
Емоційно нестабільний	Коефіцієнт кореляції	-.248**
	Знач. (одностороння)	10
	N	88
Інтелектуально допитливий	Коефіцієнт кореляції	-.236*
	Знач. (одностороння)	14
	N	88

Естетичний	Коефіцієнт кореляції	-87
	Знач. (одностороння)	210
	N	88
Креативний	Коефіцієнт кореляції	56
	Знач. (одностороння)	302
	N	88

За вторинними факторами ми можемо виділити такі особливі кореляції як (Див. Таблицю 3.13) :

- Чим вищий рівень наполегливості тим більша схильність до ідеалізації Валерія Залужного (,297);
- Чим вищий рівень співчуття тим більша схильність до ідеалізації Валерія Залужного (,246);
- Чим вищий рівень відповідальності тим більша схильність до ідеалізації Валерія Залужного (,303);
- Чим нижчий рівень тривожності тим більша схильність до ідеалізації Валерія Залужного (- ,248);
- Чим нижчий рівень емоційної нестабільності тим більша схильність до ідеалізації Валерія Залужного (- ,248);
- Чим нижчий рівень інтелектуальної допитливості тим більша схильність до ідеалізації Валерія Залужного (- ,236).

За результатами кореляційного аналізу ми можемо визначити, що люди які мають схильність до ідеалізації Валерія Залужного мають високий рівень сумлінності, низький рівень нейротизму, високий рівень екстраверсії, високий рівень наполегливості, високий рівень співчутливості (схильні до емпатії), високий рівень відповідальності, низький рівень тривожності, низький рівень емоційної нестабільності та низьку інтелектуальну допитливість.

Останній політичний діяч якого ми будемо розглядати це Сергій Притула. Проаналізуємо психологічні характеристики тих, хто схильний до його ідеалізації (Див. Таблицю 3.14).

За результатами кореляційного аналізу ми можемо спостерігати тільки одну закономірність:

Чим вищий рівень екстраверсії тим більша схильність до ідеалізації Сергія Притули (,380).

Таблиця 3.14. Зв'язок ідеалізації С. Притули з характеристиками за факторами Великої п'ятірки тих, хто його ідеалізує

Кореляції		ІДЗ
Екстравертованість	Коефіцієнт кореляції	,380**
	Знач. (одностороння)	2
	N	54
Доброчливість	Коефіцієнт кореляції	-9
	Знач. (одностороння)	473
	N	54
Нейротизм	Коефіцієнт кореляції	53
	Знач. (одностороння)	352
	N	54
Відкритість новому досвіду	Коефіцієнт кореляції	13
	Знач. (одностороння)	463
	N	54
сумлінність	Коефіцієнт кореляції	22
	Знач. (одностороння)	438
	N	54

Тепер проаналізуємо вторинні фактори у прихильників С. Притули. (Див. Таблицю 3.15).

За вторинними факторами ми можемо виділити такі особливі кореляції як:

- Чим вищий рівень енергійності досліджуваних, тим більша схильність до ідеалізації Сергія Притули (,342);

- Чим нижчий рівень поваги тим більша схильність до ідеалізації Сергія Притули (- ,258);
- Чим нижчий рівень довіри тим більша схильність до ідеалізації Сергія Притули (- ,328).

Талиця.3.15. Зв'язок ідеалізації С.Притули з вторинними факторами

Кореляції		
Ро Спірмена		ІДЗ
ІД2	Коефіцієнт кореляції	96
	Знач. (одностороння)	244
	N	54
ІД3	Коефіцієнт кореляції	1,000
	Знач. (одностороння)	
	N	54
Соціальний	Коефіцієнт кореляції	157
	Знач. (одностороння)	128
	N	54
Недалекий	Коефіцієнт кореляції	100
	Знач. (одностороння)	237
	N	54
Енергійний	Коефіцієнт кореляції	,342**
	Знач. (одностороння)	6
	N	54
Співчутливий	Коефіцієнт кореляції	-53
	Знач. (одностороння)	351
	N	54
Шанобливий	Коефіцієнт кореляції	-.258*
	Знач. (одностороння)	30
	N	54
Довірливий	Коефіцієнт кореляції	-.328**
	Знач. (одностороння)	8
	N	54
Організований	Коефіцієнт кореляції	21
	Знач. (одностороння)	440
	N	54
Продуктивний	Коефіцієнт кореляції	-87
	Знач. (одностороння)	265
	N	54
Відповідальний	Коефіцієнт кореляції	20
	Знач. (одностороння)	442
	N	54
Тривожний	Коефіцієнт кореляції	162
	Знач. (одностороння)	121
	N	54
Депресивний	Коефіцієнт кореляції	-115
	Знач. (одностороння)	203
	N	54
Емоційно нестабільний	Коефіцієнт кореляції	20
	Знач. (одностороння)	443
	N	54
	Коефіцієнт кореляції	-179

Інтелектуально допитливий	Знач. (одностороння)	97
	N	54
Естетичний	Коефіцієнт кореляції	-93
	Знач. (одностороння)	251
	N	54
Креативний	Коефіцієнт кореляції	-66
	Знач. (одностороння)	316
	N	54

Після аналізу кореляційних зав'язків між рівнем схильності до ідеалізації Сергія притули та факторами VFI-2 ми можемо говорити про риси які притаманні прихильникам Притули. Отже, прихильникам Сергія Притули більше характерні такі риси особистості як: екстраверсія, високий рівень енергійності, низький рівень поваги до оточуючих та низький рівень довіри.

Наступним кроком нашого дослідження буде вивчення людей, які оцінювали всіх трьох політичних максимальними оцінками. Ми виділили групу людей з усіх респондентів які мали високі бали за загальним рівнем схильності до ідеалізації політичних лідерів та проаналізували їх особистісні риси (див. Таб. 3.16).

Таблиця 3.16. Зв'язок ідеалізації політичних лідерів з характеристиками за факторами Великої п'ятірки тих, хто схильний до ідеалізації

Кореляції		
Ро Спірмена		ЗагалД
ЗагалД	Коефіцієнт кореляції	1,000
	Знач. (одностороння)	
	N	46
Екстравертованість	Коефіцієнт кореляції	-172
	Знач. (одностороння)	127
	N	46
Доброзичливість	Коефіцієнт кореляції	,339*
	Знач. (одностороння)	11
	N	46

Нейротизм	Коефіцієнт кореляції	195
	Знач. (одностороння)	97
	N	46
Відкритість новому досвіду	Коефіцієнт кореляції	86
	Знач. (одностороння)	286
	N	46

Основною метою дослідження є вивчення особистісних характеристик людей зі схильністю до ідеалізації, саме тому ми розглянемо результати кореляційного та регресійного аналізу. За результатами кореляційного аналізу ми можемо виокремити тільки одну особистісну характеристику яка є характерною для всіх респондентів зі схильністю до ідеалізації політичних лідерів. Такою особистісною характеристикою є доброзичливість (,339). Такий показник означає, що люди в яких більший показник доброзичливості мають більшу схильність до ідеалізації політичних лідерів. (Див. Таблицю 3.16)

Оскільки нам потрібно більш детальна інформація ми розглянемо вторинні особистісні характеристики осіб, схильних до ідеалізації та як вони пов'язані з загальним рівнем схильності до ідеалізації усіх політичних лідерів (Див. Таблицю 3.17).

У результатах, представлених в таблиці 3.16 ми можемо відстежити кореляційні зв'язки між рівнем ідеалізації політичних лідерів та деякими вторинними факторами з Великої п'ятірки.

З усіх факторів можна виділити такі: фактор поваги (,269), фактор довіри (, 283), продуктивність (-,364), тривожність (,247). Таким чином ми робимо такі висновки:

- Чим вищий рівень поваги, тим більша схильність до ідеалізації політичних лідерів;
- Чим вищий рівень довіри, тим більша схильність до ідеалізації;

- Чим нижчий рівень продуктивності тим більша схильність до ідеалізації;
- Чим вищий рівень тривожності тим більша схильність до ідеалізації.

За результатами кореляційного аналізу ми можемо зробити висновок, що люди зі схильністю до ідеалізації політичних лідерів мають високий рівень доброзичливості, високий рівень поваги (шанобливі), високий рівень довіри, низький рівень продуктивності та високий рівень тривожності.

Таблиця 3.17. Зв'язок ідеалізації політ.лідерів з вторинними факторами

Кореляції /Ро Спірмена		ЗагалІД
consc	Коефіцієнт кореляції	-179
	Знач. (одностороння)	118
	N	46
Соціальний	Коефіцієнт кореляції	-99
	Знач. (одностороння)	256
	N	46
Недалекий	Коефіцієнт кореляції	39
	Знач. (одностороння)	398
	N	46
Енергійний	Коефіцієнт кореляції	98
	Знач. (одностороння)	259
	N	46
Співчутливий	Коефіцієнт кореляції	16
	Знач. (одностороння)	458
	N	46
Шанобливий	Коефіцієнт кореляції	.269*
	Знач. (одностороння)	35
	N	46
Довірливий	Коефіцієнт кореляції	-.283*
	Знач. (одностороння)	28
	N	46
Організований	Коефіцієнт кореляції	99
	Знач. (одностороння)	255
	N	46
Продуктивний	Коефіцієнт кореляції	-.364**
	Знач. (одностороння)	7
	N	46
Відповідальний	Коефіцієнт кореляції	48
	Знач. (одностороння)	377
	N	46
Тривожний	Коефіцієнт кореляції	.247*
	Знач. (одностороння)	49
	N	46
	Коефіцієнт кореляції	19
	Знач. (одностороння)	450

Патварний	N	46
Емоційно нестабільний	Коефіцієнт кореляції	201
	Знач. (одностороння)	90
	N	46
Інтелектуально допитливий	Коефіцієнт кореляції	-194
	Знач. (одностороння)	98
	N	46
Естетичний	Коефіцієнт кореляції	189
	Знач. (одностороння)	104
	N	46
Креативний	Коефіцієнт кореляції	5
	Знач. (одностороння)	487
	N	46

Наступним кроком для нас буде виокремлення предикторів формування поглядів зі схильністю до ідеалізування політиків. Для цього ми використаємо лінійну регресію.

За наведеною таблицею зведення для виокремленої нами моделі ми бачимо, що за значенням R модель пояснює більше 95% вибірки. Такі показники вказують на те що модель буде точною на 95% і більше. (Див. Таблицю 3.18)

Таблиця 3.18. Моделі регресії для пояснення схильності до ідеалізації політичних лідерів

Зведення для моделі									
Модель	R	R-квадрат	Скоректований R-квадрат	Стандартна помилка оцінки	Статистика змін Зміна R квадрат	Зміна F	ст.св.1	ст.св.2	Знач. Зміна F
1	,961a	923	861	648,243	923	14,915	20	25	0
2	,961b	923	866	635,662	0	1	1	25	981
3	,960c	922	870	625,378	0	133	1	26	718
4	,960d	922	875	615,393	0	113	1	27	739
5	,959e	920	876	611,919	-2	673	1	28	419
6	,958f	918	877	609,984	-2	811	1	29	375

За тестом ANOVA, значимість запропонованої нами моделі виявилася достатньо високою, що підтверджує точність цієї моделі (Див. Таблицю 3.19).

Таким чином за допомогою означеної моделі ми можемо виокремити чинники, які з високою долею імовірності будуть обумовлювати схильність особистості до ідеалізації політичних лідерів.

Таблиця 3.19. Результати перевірки моделі на значимість

ANOVAa						
Модель		Сума квадратів	ст.св.	Середній квадрат	F	Значимість
1	Регресія	12,534,778	20	626,739	14,915	,000b
	Залишок	1,050,548	25	42,022		
	Всього	13,585,326	45			
2	Регресія	12,534,753	19	659,724	16,327	,000c
	Залишок	1,050,573	26	40,407		
	Всього	13,585,326	45			
3	Регресія	12,529,363	18	696,076	17,798	,000d
	Залишок	1,055,963	27	39,110		
	Всього	13,585,326	45			
4	Регресія	12,524,942	17	736,761	19,455	,000e
	Залишок	1,060,384	28	37,871		
	Всього	13,585,326	45			
5	Регресія	12,499,437	16	781,215	20,863	,000f
	Залишок	1,085,889	29	37,444		
	Всього	13,585,326	45			
6	Регресія	12,469,083	15	831,272	22,341	,000g
	Залишок	1,116,243	30	37,208		
	Всього	13,585,326	45			

Оцінюючи останню сформовану модель регресії ми можемо сформулювати предиктори які можуть вказувати на схильність до ідеалізації (див. Додаток А.2.).

- Екстраверсія (значимість ,000 та стандартизований коефіцієнт -2,220). Ці показники вказують на те, що низький показник по шкалі екстраверсія, тобто інтроверсія, вказують на схильність до ідеалізування політичних лідерів.

- Товариськість (значимість ,001 та стандартизований коефіцієнт 1,276). Ці показники вказують на те, що високі показник по шкалі товариськість, вказують на схильність до ідеалізування політичних лідерів.

- Енергійність (значимість ,000 та стандартизований коефіцієнт 1,128). Ці показники вказують на те, що високі показник по шкалі енергійності, вказують на схильність до ідеалізування політичних лідерів.

- Співчуття (значимість ,002 та стандартизований коефіцієнт - ,305). Ці показники вказують на те, що низькі показники по шкалі співчуття, вказують на схильність до ідеалізування політичних лідерів.

- Довіра (значимість ,000 та стандартизований коефіцієнт - ,701). Ці показники вказують на те, що низькі показники по шкалі довіри, вказують на схильність до ідеалізування політичних лідерів.

- Продуктивність (значимість ,000 та стандартизований коефіцієнт - ,769). Ці показники вказують на те, що низькі показники по шкалі продуктивність, вказують на схильність до ідеалізування політичних лідерів.

- Депресія (значимість ,003 та стандартизований коефіцієнт - ,320). Ці показники вказують на те, що низькі показники по шкалі депресії, вказують на схильність до ідеалізування політичних лідерів.

- Естетична чутливість (значимість ,000 та стандартизований коефіцієнт ,505). Ці показники вказують на те, що

високі показники по шкалі естетичної чутливості, вказують на схильність до ідеалізування політичних лідерів.

- Відкритись досвіду (значимість ,000 та стандартизований коефіцієнт --,767). Ці показники вказують на те, що низькі показники по шкалі відкритості досвіду, вказують на схильність до ідеалізування політичних лідерів.

В результаті статистичного аналізу ми можемо визначити основні особистісні риси які характерні для людей які ідеалізують політичних лідерів. Отже, ми можемо зробити приблизний портрет людини яка буде схильна до ідеалізування окремих політичних лідерів.

Для тих, хто ідеалізує Володимира Зеленського характерними є наступні риси:

- Не схильні до нейротизму, тобто не нервові, не схильні до депресивних станів, впевнені, та стійкіші до стресових станів.
- Наполегливі
- Мають низьку інтелектуальну допитливість, тобто не мають природнього бажання дізнаватись щось нове або глибоко вивчати якусь тематику.

Для тих, хто ідеалізує Валерія Залужного характерними є наступні риси:

- Сумлінні
- Не схильні до нейротизму та тривожності
- Екстраверти
- Наполегливі
- Співчутливі
- Відповідальні
- Мають низький рівень інтелектуальної допитливості

Для тих, хто ідеалізує Сергія Притулу характерними є наступні риси:

- Екстраверти

- Енергійні
- Неповажливі
- Недовірливі

Здійснений нами аналіз також дозволяє сформулювати уявлення про особистісні характеристики людей, які схильні до загальної ідеалізації політичних лідерів. Їм притаманні наступні риси у відповідності до кореляції з шкалами особистісного опитувальника:

- Доброзичливі
- Поважливі
- Довірливі
- Не продуктивні
- Тривожні
- Високий рівень політичної залученості

За результатами здійсненого регресійного аналізу предикторами формування схильності до ідеалізації політичних лідерів можуть виступати:

- Інтровертованість
- Енергійність
- Відсутність емпатійності та схильності до співчуття
- Відсутність схильності до депресивних станів
- Наявність естетичної чутливості
- Закритість новому досвіду.

Люди з такими характеристиками є потенційно вразливими до технологій, пов'язаних із просуванням іміджу ідеалізованого лідера та саме на них варто спрямовувати просвітницьку діяльність із профілактики некритичного ідеалізування.

3.3 Практичні рекомендації щодо запобігання ідеалізації політиків і розвитку навичок критичного мислення щодо їх характеристик

Ідеалізація політиків є постійною проблемою в багатьох суспільствах у всьому світі. Особливо це стосується країн із сильною авторитарною чи популістською традицією, де харизматична постать лідера може легко захопити увагу громадськості. Небезпека ідеалізації політиків полягає в тому, що це може призвести до сліпої довіри та покори, а також до прийняття політики та дій, які можуть бути шкідливими для суспільства. У цьому контексті розвиток навичок критичного мислення має важливе значення для запобігання ідеалізації політиків і сприяння більш поінформованому та активному громадянству. У цьому розділі надано практичні рекомендації щодо запобігання ідеалізації політиків і розвитку навичок критичного мислення, з акцентом на ролі особистих рис.

Однією з основних рекомендацій є важливість вивчення психологічних факторів, що сприяють ідеалізації політиків.

Щоб запобігти ідеалізації політиків, необхідно розуміти психологічні фактори, які цьому сприяють. Дослідження показали, що люди схильні ідеалізувати лідерів, які володіють такими якостями, як харизма, впевненість і рішучість. Ці якості можуть бути привабливими, оскільки вони справляють враження сили та компетентності. Однак ідеалізація також може бути викликана іншими факторами, такими як бажання безпеки або потреба у відчутті причетності. Ретельний аналіз цих психологічних факторів допоможе виявити корінні причини ідеалізації та розробити ефективні заходи.

Необхідно розробити *програми для розвитку навичок критичного мислення*, передусім, спрямовану на осіб з особистісними характеристиками, які ми змогли виділити емпірично як предиктори схильності до ідеалізації.

Навички критичного мислення необхідні для запобігання ідеалізації політиків. Люди з сильними навичками критичного мислення краще оцінюють заяви та дії політиків, а також виявляють упередженість і дезінформацію. Тому важливо розробити програми, які сприятимуть розвитку навичок критичного мислення серед широкої громадськості. Ці програми можуть бути інтегровані в освітню систему або пропонуватися через громадські організації. Програми мають бути зосереджені на розвитку таких навичок, як логічне мислення, оцінка доказів та виявлення помилок.

Як ми дізнались з нашого дослідження, значну роль в ідеалізації політиків можуть відігравати особисті якості. Наприклад, тривожні люди або люди з низьким рівнем інтелектуальної допитливості, можуть бути більш сприйнятливими до ідеалізації політиків.

Грунтуючись на дослідженні ролі особистих рис в ідеалізації політиків, можна *розробити втручання, адаптовані до особистостей з конкретними рисами*. Наприклад, дуже невротичні люди можуть краще реагувати на повідомлення, які підкреслюють важливість емоційної стабільності та догляду за собою. Пристосовуючи втручання до конкретних особистих рис, можна підвищити їх ефективність.

Використання соціальних мереж та інших платформ для сприяння критичному мисленню та обізнаності. Соціальні мережі та інші онлайн-платформи є потужними інструментами для сприяння критичному мисленню та обізнаності. Їх можна використовувати для поширення інформації про небезпеку ідеалізації політиків, а також для надання ресурсів для розвитку навичок критичного мислення. Соціальні медіа також можна використовувати для об'єднання людей зі схожими інтересами та цінностями, створюючи відчуття спільності та підтримки. Однак важливо усвідомлювати ризики, пов'язані з соціальними мережами, такі як поширення дезінформації та поляризація думок.

Заохочення ЗМІ до збалансованого та об'єктивного висвітлення політиків. ЗМІ відіграють вирішальну роль у формуванні громадської думки, і тому важливо заохочувати їх до збалансованого та об'єктивного висвітлення політиків. Це означає уникати сенсаційності та зосереджуватися на фактах і доказах.

В епоху інформаційного перевантаження може бути складно відокремити правду від вигадки. Тому важливо *підкреслити важливість перевірки фактів і перевірки інформації.* Це можна зробити за допомогою освітніх програм, кампаній у соціальних мережах та публічних оголошень. Мета – навчити людей оцінювати джерела, перехресно перевіряти інформацію та розрізняти надійну інформацію від недостовірної.

Прозорість і підзвітність необхідні для запобігання ідеалізації політиків. Коли політики відкрито говорять про свої дії та рішення, легше притягнути їх до відповідальності та оцінити їхню діяльність. Тому важливо *сприяти прозорості та підзвітності уряду та окремих політиків.* Це можна зробити за допомогою таких ініціатив, як портали відкритих даних щодо роботи політиків, механізми публічного звітування та комітети громадського контролю.

Важливим є *заохочення до діалогу і дебатів між громадянами.* Діалог і дебати важливі для сприяння критичному мисленню та для створення більш поінформованого та залученого громадянства. Тому важливо заохочувати діалог і дебати між громадянами. Це можна зробити за допомогою публічних форумів, зборів у ратушах та онлайн-груп для обговорення. Мета полягає в тому, щоб створити простір, де люди зможуть обмінюватися ідеями та думками та вчитися один у одного.

Підсумовуючи, запобігання ідеалізації політичних лідерів у найтісніший спосіб пов'язано з навичками критичного мислення. Це виступає гарантією формування більш поінформованого та залученого громадянства. Розуміючи психологічні чинники, які сприяють ідеалізації,

розвиваючи навички критичного мислення, пристосовуючи втручання до конкретних особистих рис, заохочуючи діалог і дебати, ми можемо запобігти надмірній ідеалізації і створити більш демократичне та справедливе суспільство. Інформація про особливості якості людей, які ідеалізують політики, може дати цінну інформацію про те, як розробити ефективні заходи та підтримати тих, хто ідеалізує політики.

Висновки до Розділу III

У результаті проведеного емпіричного дослідження соціально-психологічних чинників ідеалізації політичних лідерів в умовах війни було виявлено ряд закономірностей та сформовано уявлення про типову особистість, схильну до ідеалізації.

У результаті аналізу середніх значень було виявлено певні особливості вибірки. Її склали люди різного віку та статі, що проживають в різних регіонах України та за кордоном. Більшість досліджуваних мають низький рівень політичної участі, особливо виразною ця тенденція є серед молоді. Представники вибірки при цьому активно цікавляться українськими новинами, в тому числі політичними та здебільшого послуговуються для отримання інформації політичного характеру Інтернетом (новини з українських новинних сайтів та соціальних мереж), але при цьому більшість з них ігнорує офіційні портали та сторінки політиків чи держаних інститутів.

У результаті асоціативного тесту були виявлені риси, якими досліджувані наділяють ідеального політичного лідера під час війни. На їх думку, він має бути, передусім: відповідальний, рішучий, розумний, харизматичний, чесний, освічений, справедливий, досвідчений, компетентний, впевнений, дипломатичний, сильний, стійкий та цілеспрямований.

Майже 40% досліджуваних є схильними до ідеалізації реальних політичних лідерів (наділяють їх виключно позитивними рисами з представленою за результатами асоціативного тесту переліку). Найвищий відсоток схильних до ідеалізації серед молоді та людей середнього віку. Більшість з них має низький рівень політичної участі.

Характеризуючи найбільш впливових лідерів України періоду воєнного стану (В.Зеленський, В.Залужний та С.Притула) респонденти наділяли їх різними якостями. Найбільш ідеалізованим виявився усереднений портрет Валерія Залужного. Його сприймають як відкритого, щирого, рішучого, відповідального, досвідченого, справедливого, патріотичного тощо. Під час війни на головнокомандуючого покладаються великі надії. Наші перемоги. В тому числі, пов'язують з рисами військового лідера. Людям хочеться вірити, що у цей час воєнними діями керує найвідповідніша людина. Володимира Зеленського наділяють як позитивними (впевнений, комунікабельний, відкритий), так і негативними (безвідповідальний, неширий, недосвідчений, лицемірний тощо) рисами. Вочевидь, проблеми суспільства проєктуються на діючого президента та пояснюються, в тому числі, його потенційними недоліками. Оцінка Сергія Притули виявилася вельми нейтральною: його наділяють різними рисами, але ступінь вираження цих рис загалом по вибірці є середнім.

Було визначено певні особистісні риси людей, схильних до ідеалізації цих політичних лідерів. Так, люди, які мають схильність до ідеалізації Володимира Зеленського мають низький рівень нейротизму, високу наполегливість та низьку інтелектуальну допитливість. Люди, які мають схильність до ідеалізації Валерія Залужного, мають високий рівень сумлінності, низький рівень нейротизму, високий рівень екстраверсії, високий рівень наполегливості, високий рівень співчутливості (емпатія), високий рівень відповідальності, низький рівень тривожності, низький рівень емоційної нестабільності та низьку інтелектуальну допитливість.

Прихильникам Сергія Притули притаманні такі риси особистості як: екстраверсія, високий рівень енергійності, низький рівень поваги до оточуючих та низький рівень довіри.

Люди, схильні до ідеалізації усіх трьох політиків (відтак, на нашу думку, просто схильні до ідеалізації політичних лідерів) мають високий рівень доброзичливості, високий рівень поваги, високий рівень довіри, низький рівень продуктивності та високий рівень тривожності.

Виявлено також зв'язок між схильністю до ідеалізації політичних лідерів та рівнем політичної участі досліджуваних: чим нижчим є рівень політичної участі, тим більше проявляється схильність до ідеалізації.

Використання лінійної регресії дозволило нам сформулювати уявлення про типову особистість, схильну до ідеалізації політичних лідерів. Це інтроверти, енергійні, не схильні до надмірного співчуття, без схильності до депресивних станів, мають естетичну чутливість та не проявляють відкритості досвіду. Вони є доброзичливими, проявляють повагу до інших, довірливі, не продуктивні та тривожні, мають високий рівень політичної залученості. Портрет схильних до ідеалізації окремих політиків при цьому може мати певні відмінності.

На основі результатів дослідження було розроблено ряд практичних рекомендацій щодо запобігання ідеалізації політиків і розвитку навичок критичного мислення щодо їх характеристик.

ВИСНОВКИ

У ході проведення даного дослідження було визначено психологічні особливості осіб, схильних до ідеалізації політичних лідерів під час війни. Для досягнення цієї мети було реалізовано наступні завдання дослідження:

1. Здійснено теоретичний аналіз проблеми ідеалізації, з'ясовано, що

У результаті здійсненого теоретичного аналізу, ми з'ясували, що ідеалізація – це перебільшення позитивних якостей та применшення недоліків, пов'язаних з особою, місцем, річчю чи ситуацією. Виявлено, що ідеалізація може бути пов'язана з декількома чинниками: надмірною прив'язаністю до об'єкту ідеалізації, потребою спроектувати на себе позитивні риси ідола, низькою самооцінкою, потребою у контролі над ситуацією, а також бажанням справляти через наближеність до ідеала соціальний вплив. Ідеалізація більш характерна для інтелектуально недалеких людей, безвідповідальних, залежних, консервативних, схильних до компульсивних дій, депресії та тривожності.

Виокремлено чинники, що пов'язані з ідеалізацією в політичній сфері. На ідеалізацію політичного лідера може впливати широкий спектр факторів, включаючи, проєкцію (схильність переносити свої надії та страхи на інших), міфологізацію (формування ідеальних версій сутнього), групову ідентичність (спосіб симпатизувати певній групі чи ідеології) та ідеологічну упередженість (ідеалізацію тих, хто декларує схожі з твоїми погляди та відкидання інших думок).

Ідеалізація в політиці може мати негативні наслідки: ставати чинником культу особистості, виступати джерелом поляризації спільноти, сприяти зниженню критичності осмислення політичних процесів та явищ, призводити до розчарувань в минулих ідеалах тощо.

2. На основі віднайдених у межах теоретичного аналізу закономірностей, що стосуються феномену ідеалізації політичних лідерів

та імовірних чинників схильності створення ідеалів, нами була розроблена загальна методологічна схема дослідження психологічних особливостей ідеалізації політичних лідерів в умовах війни.

Було визначено, що імовірними психологічними чинниками, що можуть справляти вплив на формування схильності до ідеалізації політичних лідерів є особистісні риси характеру, міра політичної участі, вплив медіа тощо. Для детального аналізу вище зазначених психологічних чинників були відібрані дослідницькі методики, серед яких методика «Велика п'ятірка» за адаптацією О.Г.Виноградова; «Опитувальник оцінки рівня політичної активності» Кияшко Л.О; анкета на визначення отримання джерел політичної інформації. Для виявлення рівня ідеалізації політичних лідерів нами був розроблений уніполярний семантичний диференціал зі шкалами, які були обрані в результаті асоціативного експерименту (асоціації рис, якими наділений ідеальний політичний лідер).

Була сформована вибірка, до якої увійшли люди рівного віку, статі, з різним місцем проживання (як в Україні, так і поза її межами). Вибірку склали 116 осіб, обох статей, різного віку та різним рівнем освіти.

Для обробки та аналізу отриманих емпіричних даних було відібрано ряд статистичних методів та процедур, зокрема, аналіз середніх значень, кореляційний аналіз, регресійний аналіз.

3. Було проведено емпіричне дослідження, у результаті якого було виявлено ряд закономірностей та сформовано уявлення про типову особистість, схильну до ідеалізації.

У результаті асоціативного тесту були виявлені риси, якими досліджувані наділяють ідеального політичного лідера під час війни (відповідальність, рішучість, розумність, харизматичність, чесність, освіченість, справедливість, компетентність, впевненість, дипломатичність, сила, стійкість, цілеспрямованість тощо). За виокремленими характеристиками досліджуваним пропонувалося оцінити

трьох лідерів України військового часу: В. Зеленського, В. Залужного та С. Притулу.

Майже 40% досліджуваних виявилися схильними до ідеалізації реальних політичних лідерів (наділяють їх виключно позитивними рисами з представленою за результатами асоціативного тесту переліку). Найвищий відсоток схильних до ідеалізації серед молоді та людей середнього віку. Більшість з них має низький рівень політичної участі.

Характеризуючи найбільш впливових лідерів України періоду воєнного стану (В.Зеленський, В.Залужний та С.Притула) респонденти наділяли їх різними якостями. Найбільш ідеалізованим виявився усереднений портрет Валерія Залужного. Його сприймають як відкритого, щирого, рішучого, відповідального, досвідченого, справедливого, патріотичного тощо. Володимира Зеленського наділяють як позитивними (впевнений, комунікабельний, відкритий), так і негативними (безвідповідальний, нещирий, недосвідчений, лицемірний тощо) рисами. Оцінка Сергія Притули виявилася нейтральною.

Було визначено певні особистісні риси людей, схильних до ідеалізації цих політичних лідерів. Так, люди, які мають схильність до ідеалізації Володимира Зеленського мають низький рівень нейротизму, високу наполегливість та низьку інтелектуальну допитливість. Люди, які мають схильність до ідеалізації Валерія Залужного, мають високий рівень сумлінності, низький рівень нейротизму, високий рівень екстраверсії, високий рівень наполегливості, високий рівень співчутливості (емпатія), високий рівень відповідальності, низький рівень тривожності, низький рівень емоційної нестабільності та низьку інтелектуальну допитливість. Прихильникам Сергія Притули притаманні такі риси особистості як: екстраверсія, високий рівень енергійності, низький рівень поваги до оточуючих та низький рівень довіри.

Люди, схильні до ідеалізації усіх трьох політиків (відтак, на нашу думку, просто схильні до ідеалізації політичних лідерів) мають високий рівень доброзичливості, високий рівень поваги, високий рівень довіри, низький рівень продуктивності та високий рівень тривожності.

Виявлено також зв'язок між схильністю до ідеалізації політичних лідерів та рівнем політичної участі досліджуваних: чим нижчим є рівень політичної участі, тим більше проявляється схильність до ідеалізації.

Використання лінійної регресії дозволило нам сформулювати уявлення про типову особистість, схильну до ідеалізації політичних лідерів. Це інтроверти, енергійні, не схильні до надмірного співчуття, без схильності до депресивних станів, мають естетичну чутливість та не проявляють відкритості досвіду. Вони є доброзичливими, проявляють повагу до інших, довірливі, не продуктивні та тривожні. Портрет схильних до ідеалізації окремих політиків при цьому може мати певні відмінності.

4. На основі результатів дослідження було розроблено ряд практичних рекомендацій щодо запобігання ідеалізації політиків і розвитку навичок критичного мислення щодо їх характеристик. Серед основних рекомендацій: розвиток у населення навичок критичного мислення, пристосовуючи втручання до конкретних особистих рис вразливих до ідеалізації груп, розвиток медіаграмотності та навичок перевірки фактів про політиків, заохочення діалогу та дебатів, заохочення ЗМІ до збалансованого та об'єктивного висвітлення політиків, стимулювання прозорості та підзвітності політиків.

Перспективними напрямками подальших досліджень може бути відслідковування динаміки оцінки провідних політичних лідерів України під час війни. Цікавим буде також, порівняння уявлень про ідеального лідера із настанням миру та оцінка схильності до ідеалізації політичних лідерів після завершення війни.

Список використаних джерел

1. Кияшко, Л. О. (2013). *Політична участь молоді сучасної України: Психологічні чинники активізації*: монографія. Київ: Міленіум.
2. Національний інститут демографії/ National Demographic Institute. (2023). *Можливості та перешкоди на шляху демократичного переходу України. Загальнонаціональне телефонне опитування* Retrieved from: https://www.ndi.org/sites/default/files/August%202020%20Political%20Survey%20-%20Public%20UKR_%20vf.pdf
3. Чуніхіна, С. Л. (2015). *Індивідуально-стильові особливості конструювання громадянином образу державного чиновника* [Individual style peculiarities of constructing the image of a state official by a citizen]. Київ: Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. Retrieved from https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2020/05/chunikhina_dis.pdf
4. American Psychological Association. (n.d.). *Cult of personality*. In APA dictionary of psychology. Retrieved from <https://dictionary.apa.org/cult-of-personality>
5. American Psychological Association. (n.d.). *Idealization*. In APA Dictionary of Psychology. Retrieved from <https://dictionary.apa.org/idealization>.
6. Casad, B. J., & Luebering, J. E. (2023, March 31). *Confirmation bias*. In Encyclopedia Britannica. Retrieved from <https://www.britannica.com/science/confirmation-bias>
7. Ceglarska, A. (2018). The Role of Myth in Political Thought. *Krakowskie Studia z Historii Państwa i Prawa*, 11(3), 343-355. doi: 10.4467/20844131KS.18.023.9049.
8. Cervera, S., Lahortiga, F., Martínez-González, M. A., Gual, P., de Irala-Estévez, J., & Alonso, Y. (2003). Neuroticism and low self-esteem as risk

- factors for incident eating disorders in a prospective cohort study. *International Journal of Eating Disorders*, 33(3), 271–280. <https://doi.org/10.1002/eat.10147>
9. Cleveland, L. (1969). Symbols and politics: Mass communication and the public drama. *Public Opinion Quarterly*, 33(2), 186-196. <https://doi.org/10.1080/00323266908401168>
 10. Cocker, H. A., & Cronin, J. (2017). Charismatic authority and the YouTuber. *Marketing Theory*, 17(4), 455-472. doi: 10.1177/1470593117692022.
 11. Cossio, F. (2021, October 14). Projection and idealisation: Why dating apps affect intimate relationships. *The Brussels Times*. <https://www.brusselstimes.com/189252/projection-and-idealisation-why-dating-apps-affect-intimate-relationships>.
 12. Crabtree, C., Kern, H. L., & Siegel, D. A. (2020). Cults of personality, preference falsification, and the dictator's dilemma. *Journal of Theoretical Politics*, 32(3), 409-434. <https://doi.org/10.1177/0951629820927790>
 13. Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>.
 14. Firestone, L. (2013). How your attachment style impacts your relationship. *Psychology Today*. Retrieved from <https://www.psychologytoday.com/us/blog/compassion-matters/201307/how-your-attachment-style-impacts-your-relationship>.
 15. Gamson, W.A., Croteau, D., Hoynes, W., & Sasson, T. (1992). Media Images and the Social Construction of Reality. *Annual Review of Sociology*, 18(1), 373-393. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.18.080192.002105>
 16. Gaskill, D., & Sanders, F. (2000). The Encultured Body: Policy Implications for Healthy Body Image and Disordered Eating Behaviours [Electronic version]. *Queensland University of Technology, Brisbane (Australia). School of Nursing. Publications & Printing Unit, Queensland University of Technology*. Retrieved from <https://eric.ed.gov/?id=ED459385>

17. Gorkin, M. (2013, September 12). The Missing Parent Syndrome (MPS): How Psychosocial Loss Impacts Adult Children & Strategies for Building Bridges and Reworking the Grief – Pt I. *Mental Help*. Retrieved from <https://www.mentalhelp.net/blogs/the-missing-parent-syndrome-mps-how-psychosocial-loss-impacts-adult-children-amp-strategies-for-building-bridges-and-reworking-the-grief-pt-i/>
18. Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, 134(3), 460–476. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460>
19. Grohol, J. (2008). *The psychology of celebrity worship*. Psych Central. Retrieved from <https://psychcentral.com/blog/the-psychology-of-celebrity-worship/>
20. Harley, C. (2021, September 23). *The dangers of idolizing celebrities*. *Omaha Central Register*. Retrieved from <https://www.omahacentralregister.com/6812/opinions/the-dangers-of-idolizing-celebrities/>
21. Kampe, L., Bohn, J., Remmers, C., & Hörz-Sagstetter, S. (2021). *It's not that great anymore: The central role of defense mechanisms in grandiose and vulnerable narcissism*. *Personality Disorders: Theory, Research, and Treatment*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1037/per0000479>
22. Ketsoglou, E.-M. (2013). When good celebrities "go bad": Examining celebrity worship. *Mount Saint Mary College Journal of Psychology Research Proposals*, 3, 17–21.
22. Lappathi, A. (2020, December 8). Idolizing people harms our society [Online article]. *The Wildcat Tribune*. Retrieved from <https://thewildcattribune.com/10589/uncategorized/idolizing-people-harms-our-society/>

24. Liu, J. K. K. (2013). Idol worship, religiosity, and self-esteem among university and secondary students in Hong Kong. *Discovery-SS Student E-Journal*, 2, 15–28.
25. Lloyd, V. (2018, January 5). Charisma and seduction. *Social Science Research Council*. Retrieved from <https://tif.ssrc.org/2018/01/05/charisma-and-seduction/>
26. Lu, X., & Soboleva, E. (2015). Personality cults in modern politics: Cases from Russia and China. *Social Science Open Access Repository (SSOAR)*. <https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/44146>
27. Maltby, J., Day, L., McCutcheon, L. E., Gillett, R., Houran, J., & Ashe, D. (2004). Extreme celebrity worship using an adaptational-continuum model of personality and coping. *British Journal of Psychology*, 95, 411–428. <https://doi.org/10.1348/0007126042369805>
28. Maltby, J., Giles, D. C., Barber, L., & McCutcheon, L. E. (2005). Intense-personal celebrity worship and body image: Evidence of a link among female adolescents. *British Journal of Health Psychology*, 10, 17–32. <https://doi.org/10.1348/135910704X22357>
29. Maltby, J., Houran, J., & McCutcheon, L. E. (2003). A clinical interpretation of attitudes and behaviors associated with celebrity worship. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 191(1), 25–29. <https://doi.org/10.1097/00005053-200301000-00005>
30. Maltby, J., McCutcheon, L. E., & Lowinger, R. J. (2011). Brief report: Celebrity worshipers and the Five-Factor model of personality. *North American Journal of Psychology*, 13(2), 343–348.
31. Marks, L. A., Kalaitzandonakes, N., Wilkins, L., & Zakharova, L. (2007). Mass media framing of biotechnology news. *Public Understanding of Science*, 16(2), 183–203. doi: 10.1177/0963662506065054.
32. May, J. [Jennifer May, Ph.D.]. (2017, May 26). *The Impact of Trauma: Recognizing and Responding to Complex Trauma* [Video]. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=EDYL7kyfrUo&t=35s&ab_channel=JenniferMay%2CPh.D.

33. McCutcheon, L. E., Ashe, D. D., Houran, J., & Maltby, J. (2003). A cognitive profile of individuals who tend to worship celebrities. *Journal of Psychology*, 137, 309–322. doi: 10.1080/00223980309600686.
34. McWilliams, N. (n.d.). Projection. *Encyclopedia Britannica*. Retrieved April 30, 2023, from <https://www.britannica.com/science/projection-psychology>
35. Monro, F., & Huon, G. (2005). Media-portrayed idealized images, body shame, and appearance anxiety. *Eating Disorders*, 13(2), 133-144. <https://doi.org/10.1002/eat.20153>
36. Narula, N., & Varma, P. (2018). The Influence of Personality (Extraversion and Neuroticism) on Body Image, Mediated by Celebrity Worship, Among Thai Female Adolescents in Bangkok. *Current Psychology*, 37(1), 302-312. <https://doi.org/10.1007/s12144-016-9567-5>
37. Pec, O., Bob, P., & Raboch, J. (2014). Splitting in schizophrenia and borderline personality disorder. *PLoS One*, 9(3), e91929. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0091929>
38. Perry, J.C., Presniak, M.D., Olson, T.R. (2013). Defense mechanisms in schizotypal, borderline, antisocial, and narcissistic personality disorders. *Psychiatry*, 76(1), 32-52. <https://doi.org/10.1521/psyc.2013.76.1.32>
39. Pickhardt, C. E. (2020, April 6). Adolescence and the Tyranny of Ideals. *Surviving (Your Child's) Adolescence*. Retrieved from <https://www.psychologytoday.com/us/blog/surviving-your-childs-adolescence/202004/adolescence-and-the-tyranny-ideals>
40. Ribeiro, B.T., & Dantas, M.T.L. (2008). 'I'm good.' 'I'm nice.' 'I'm beautiful.' *Idealization and Contradiction in Female Psychiatric Patients' Discourse*. In C.R. Caldas-Coulthard & R. Iedema (Eds.), *Identity Trouble* (pp. 175-192). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230593329_10

41. Romanoff, S. (2021, December 13). The Role of Idealization in Relationships. *Psychology Today*. Retrieved from <https://www.psychologytoday.com/gb/blog/life-in-transition/202112/why-people-idealize-others-in-relationships>
42. Salters-Pedneault, K. (n.d.). Devaluation and idealization in BPD. *Verywell Mind*. Retrieved from <https://www.verywellmind.com/devaluation-and-idealization-in-bpd-425291>
43. Sansone, R. A., & Sansone, L. A. (2014). “I’m your number one fan” – A clinical look at celebrity worship. *Innovative Clinical Neuroscience*, 11(1-2), 39–43
44. Sauers, J., & Davis, D. (2019). Aspects of Idealized Influence. *Symposium of University Research and Creative Expression*, Retrieved from <https://digitalcommons.cwu.edu/source/2019/Oralpres/179>
45. Sciangula, A., & Morry, M. M. (2010). Self-esteem and perceived regard: How I see myself affects my relationship satisfaction. *Social Psychology*, 41(2), 143-158. <https://doi.org/10.3200/SOCP.149.2.143-158>.
46. Sheridan, L., North, A., Maltby, J., & Gillett, R. (2007). Celebrity worship, addiction, and criminality. *Psychology, Crime, & Law*, 13(6), 559–571. <https://doi.org/10.1080/10683160701386271>
47. Tam, C. L., & Yeoh, S. H. (2008). *Parental bonding and parent-child relationship among tertiary students*. Sunway University College. Retrieved from https://core.ac.uk/display/148366342?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1.
48. Tomlinson, J. M., Aron, A., Carmichael, C. L., Reis, H. T., & Holmes, J. G. (2014). The costs of being put on a pedestal: Effects of feeling over-idealized. *Journal of Social and Personal Relationships*, 31(3), 384–409. <https://doi.org/10.1177/0265407513498656>

49. Verkuyten, M. (2021). Group Identity and Ingroup Bias: The Social Identity Approach. *Human Development*, 65, 311-324. doi: 10.1159/000519089
50. Weber, M. (1947). *Theory of Social and Economic Organization: Chapter "The Nature of Charismatic Authority and Its Routinization"* (Translated by A.R. Anderson and T. Parsons). New York: Free Press. (Original work published 1922 in German as *Wirtschaft und Gesellschaft*, Chapter III, Section 10).
51. Wu, K. (2020, July 19). Idealization Is Unnecessary in Romantic Relationships. *Psychology Today*. Retrieved from <https://www.psychologytoday.com/gb/blog/the-modern-heart/202007/idealization-is-unnecessary-in-romantic-relationships-0>

ДОДАТКИ

Додаток А. Обрахунки результатів дослідження

Додаток А.1. Одновибірковий тест Колмогорова Смірнова для перевірки на рівномірний на нормальний розподіл вибірки

Одновибірковий тест Колмогорова Смірнова										
		Ваш вік	Вік	Стат ь	Освіт а	Політуч асть	ІД1	ІД2	ІД3	Загал І Д
N		116	116	116	116	116	116	116	116	116
Параметри нормального розподілу	Середн є	46,41	2,24	1,2241	1,1897	1,6466	46,1810	69,3276	58,8793	174,3879
	Середн екв. відхилення	13,753	0,730	0,41882	0,60309	0,70098	22,34457	17,02161	19,84205	50,22260
Найбільші екстремальні розходження	Абсолютна	0,113	0,265	0,480	0,520	0,305	0,126	0,160	0,120	0,124
	Позитивні	0,113	0,216	0,480	0,520	0,305	0,126	0,150	0,066	0,086
	Негативні	-0,109	-0,265	-0,296	-0,377	-0,210	-0,076	-0,160	-0,120	-0,124
Статистика критерія		0,113	0,265	0,480	0,520	0,305	0,126	0,160	0,120	0,124
Асимп. знач. (двухстороння)		,001 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

Одновибірковий тест Колмогорова Смірнова 2										
		Ваш вік	Вік	Стат ь	Освіт а	Політучаст ь	ІД1	ІД2	ІД3	Загал І Д
N		116	116	116	116	116	116	116	116	116
Параметри нормального розподілу	Мінімум	19	1	1,00	1,00	1,00	0,00	25,00	16,00	48,00
	Максимум	72	3	2,00	4,00	3,00	91,00	87,00	93,00	248,00
Найбільші екстремальні розходження	Абсолютна	0,160	0,414	0,776	0,897	0,483	0,137	0,390	0,200	0,320
	Позитивні	0,116	0,172	0,776	0,897	0,483	0,096	0,055	0,048	0,017
	Негативні	-0,160	-0,414	-0,224	-0,017	-0,129	-0,137	-0,390	-0,200	-0,320

Z Колмогорова- Смірнова		1,72 0	4,45 7	8,356	9,656	5,199	1,47 3	4,19 9	2,15 8	3,450
Асимп. знач. (двухсторонн я)		0,00 5	0,00 0	0,000	0,000	0,000	0,02 6	0,00 0	0,00 0	0,000

Додаток А.2. Результати створення моделі лінійної регресії

Коефіцієнти						
Модель				Стандартизовані коефіцієнти	t	Значимість
				Бета		
1	(Константа)	222,653	4,183		53,230	0
	Ex	-57,903	23,071	-2,212	-2,510	19
	Social	33,831	15,684	1,223	2,157	41
	Ass	-7,606	5,240	-341	-1,452	159
	Energy	28,366	11,512	1,184	2,464	21
	Compassion	-5,055	3,182	-218	-1,589	125
	Respectful	-3,620	4,405	-128	-822	419
	Trust	-25,323	4,689	-753	-5,401	0
	Organiz	5,443	3,700	194	1,471	154
	Productiv	-22,856	6,137	-854	-3,724	1
	Respons	-3,302	4,979	-113	-663	513
	Anxiety	-2,415	7,113	-82	-339	737
	Depression	-9,150	4,256	-339	-2,150	41
	EmotinalVolatility	-10,912	7,709	-388	-1,416	169
	ItellectutualCuriosity	1,208	2,939	44	411	684
	AestheticSens	18,482	6,019	541	3,071	5
	Creative	5,906	4,942	241	1,195	243
	Agreeableness	14,682	9,874	543	1,487	150
	NegativeEmotionality	299	12,281	8	24	981
	Openmindedness	-28,710	10,563	-895	-2,718	12
	consc	14,074	7,746	377	1,817	81
2	(Константа)	222,717	3,181		70,024	0
	Ex	-57,882	22,609	-2,211	-2,560	17

	Social	33,802	15,334	1,221	2,204	37
	Ass	-7,603	5,137	-341	-1,480	151
	Energy	28,322	11,144	1,182	2,541	17
	Compassion	-5,082	2,932	-219	-1,733	95
	Respectful	-3,576	3,950	-126	-905	374
	Trust	-25,375	4,096	-754	-6,195	0
	Organiz	5,411	3,390	193	1,596	123
	Productiv	-22,794	5,477	-851	-4,162	0
	Respons	-3,268	4,685	-112	-698	492
	Anxiety	-2,347	6,427	-80	-365	718
	Depression	-9,080	3,049	-336	-2,978	6
	EmotinalVolatility	-10,798	5,996	-384	-1,801	83
	ItellektualCuriosity	1,204	2,876	43	419	679
	AestheticSens	18,427	5,470	540	3,369	2
	Creative	5,904	4,846	241	1,218	234
	Agreeableness	14,695	9,668	544	1,520	141
	Openmindedness	-28,591	9,194	-892	-3,110	5
	consc	14,025	7,338	376	1,911	67
3	(Константа)	222,339	2,958		75,156	0
	Ex	-52,657	17,224	-2,012	-3,057	5
	Social	30,333	11,843	1,096	2,561	16
	Ass	-6,380	3,833	-286	-1,665	108
	Energy	25,172	6,946	1,050	3,624	1
	Compassion	-5,655	2,436	-244	-2,322	28
	Respectful	-3,814	3,833	-134	-995	329
	Trust	-25,155	3,986	-748	-6,311	0
	Organiz	5,144	3,257	183	1,579	126
	Productiv	-21,442	3,970	-801	-5,401	0
	Respons	-3,809	4,373	-130	-871	391
	Depression	-9,331	2,922	-345	-3,193	4
	EmotinalVolatility	-10,104	5,595	-360	-1,806	82
	ItellektualCuriosity	915	2,720	33	336	739
	AestheticSens	17,429	4,662	510	3,739	1
	Creative	4,601	3,226	188	1,426	165

	Agreeableness	16,640	7,938	616	2,096	46
	Openmindedness	-25,745	4,799	-803	-5,365	0
	consc	13,231	6,895	354	1,919	66
4	(Константа)	222,746	2,656		83,880	0
	Ex	-52,926	16,931	-2,022	-3,126	4
	Social	30,834	11,561	1,114	2,667	13
	Ass	-6,931	3,410	-311	-2,033	52
	Energy	25,407	6,801	1,060	3,736	1
	Compassion	-5,820	2,348	-251	-2,479	19
	Respectful	-3,274	3,425	-115	-956	347
	Trust	-25,080	3,916	-745	-6,404	0
	Organiz	5,234	3,195	186	1,638	113
	Productiv	-21,505	3,902	-803	-5,511	0
	Respons	-3,373	4,111	-115	-821	419
	Depression	-9,104	2,798	-337	-3,254	3
	EmotinalVolatility	-10,563	5,340	-376	-1,978	58
	AestheticSens	17,278	4,566	506	3,784	1
	Creative	4,783	3,130	195	1,528	138
	Agreeableness	15,869	7,478	587	2,122	43
	Openmindedness	-24,973	4,148	-779	-6,021	0
	consc	13,208	6,784	354	1,947	62
5	(Константа)	222,010	2,485		89,333	0
	Ex	-59,830	14,609	-2,286	-4,095	0
	Social	35,559	9,969	1,285	3,567	1
	Ass	-6,916	3,390	-310	-2,040	51
	Energy	28,285	5,794	1,180	4,882	0
	Compassion	-6,199	2,289	-267	-2,708	11
	Respectful	-3,058	3,396	-108	-900	375
	Trust	-24,126	3,718	-717	-6,488	0
	Organiz	6,653	2,671	237	2,491	19
	Productiv	-20,848	3,798	-779	-5,490	0
	Depression	-8,654	2,728	-320	-3,172	4
	EmotinalVolatility	-13,030	4,388	-464	-2,969	6
	AestheticSens	19,060	3,994	558	4,773	0

	Creative	5,680	2,916	232	1,947	61
	Agreeableness	11,709	5,467	433	2,142	41
	Openmindedness	-25,587	4,056	-798	-6,308	0
	consc	9,550	5,086	256	1,878	70
6	(Константа)	221,886	2,474		89,704	0
	Ex	-58,102	14,437	-2,220	-4,025	0
	Social	35,304	9,933	1,276	3,554	1
	Ass	-5,790	3,142	-260	-1,843	75
	Energy	27,034	5,607	1,128	4,821	0
	Compassion	-7,079	2,063	-305	-3,431	2
	Trust	-23,571	3,655	-701	-6,448	0
	Organiz	6,011	2,565	214	2,343	26
	Productiv	-20,594	3,775	-769	-5,455	0
	Depression	-8,646	2,720	-320	-3,179	3
	EmotinalVolatility	-12,658	4,355	-451	-2,906	7
	AestheticSens	18,785	3,969	550	4,732	0
	Creative	5,236	2,865	214	1,827	78
	Agreeableness	10,721	5,339	397	2,008	54
	Openmindedness	-24,578	3,886	-767	-6,325	0
	consc	9,154	5,051	245	1,813	80
а. Залежна змінна: ЗагалІД						

Додаток А.2.Результати асоціативного дослідження

Прикметники					
		Частота	Відсотки	Валідний відсоток	Накопичений відсоток
Валідні	Відповідальний	9	4,1	4,1	4,1
	Рішучий	8	3,7	3,7	7,8
	Розумний	7	3,2	3,2	11,0
	Харизматичний	7	3,2	3,2	14,2
	Чесний	7	3,2	3,2	17,4
	Освічений	6	2,7	2,7	20,1

Справедливий	6	2,7	2,7	22,8
Досвідчений	5	2,3	2,3	25,1
Компетентний	5	2,3	2,3	27,4
Впевнений	4	1,8	1,8	29,2
Дипломатичний	4	1,8	1,8	31,1
Стійкий	4	1,8	1,8	32,9
Цілеспрямований	4	1,8	1,8	34,7
Комунікабельний	3	1,4	1,4	36,1
Людяний	3	1,4	1,4	37,4
Мудрий	3	1,4	1,4	38,8
Патріотичний	3	1,4	1,4	40,2
Розсудливий	3	1,4	1,4	41,6
Сильний	3	1,4	1,4	42,9
Уважний	3	1,4	1,4	44,3
Авторитетний	2	0,9	0,9	45,2
Вагомий	2	0,9	0,9	46,1
Відданий	2	0,9	0,9	47,0
Вірний	2	0,9	0,9	47,9
Впливовий	2	0,9	0,9	48,9
Врівноважений	2	0,9	0,9	49,8
Гнучкий	2	0,9	0,9	50,7
Демократичний	2	0,9	0,9	51,6
Кмітливий	2	0,9	0,9	52,5
Надихаючий	2	0,9	0,9	53,4
Організований	2	0,9	0,9	54,3
Працьовитий	2	0,9	0,9	55,3
Сміливий	2	0,9	0,9	56,2

Адаптивний	1	0,5	0,5	56,6
Адекватний	1	0,5	0,5	57,1
Аналітичний	1	0,5	0,5	57,5
Аристократичний	1	0,5	0,5	58,0
Артистичний	1	0,5	0,5	58,4
Аскетичний	1	0,5	0,5	58,9
Багатомовний	1	0,5	0,5	59,4
Балакливий	1	0,5	0,5	59,8
Брехливий	1	0,5	0,5	60,3
Високоосвідчений	1	0,5	0,5	60,7
Вихований	1	0,5	0,5	61,2
Відкритий	1	0,5	0,5	61,6
Відомий	1	0,5	0,5	62,1
Владний	1	0,5	0,5	62,6
Вмотивований	1	0,5	0,5	63,0
Гарний лідер	1	0,5	0,5	63,5
Гордий	1	0,5	0,5	63,9
Готовий до компромісів	1	0,5	0,5	64,4
Грамотний	1	0,5	0,5	64,8
Далекоглядний	1	0,5	0,5	65,3
Державник	1	0,5	0,5	65,8
Діловитий	1	0,5	0,5	66,2
Добрий	1	0,5	0,5	66,7
Добросовісний	1	0,5	0,5	67,1

Емоційно стійкий	1	0,5	0,5	67,6
Енергійний	1	0,5	0,5	68,0
Епатажний	1	0,5	0,5	68,5
З почуттям гумору	1	0,5	0,5	68,9
Заможний	1	0,5	0,5	69,4
Зважений	1	0,5	0,5	69,9
здатний швидко приймати рішення	1	0,5	0,5	70,3
Зобов'язаний	1	0,5	0,5	70,8
Зрілий	1	0,5	0,5	71,2
Ідейний	1	0,5	0,5	71,7
Ініціативний	1	0,5	0,5	72,1
Керівний	1	0,5	0,5	72,6
Конкретний	1	0,5	0,5	73,1
Корумпований	1	0,5	0,5	73,5
Культурний	1	0,5	0,5	74,0
Лідерський	1	0,5	0,5	74,4
Люб'язниц	1	0,5	0,5	74,9
Ментальноздоровий	1	0,5	0,5	75,3
Міцний духом	1	0,5	0,5	75,8
Молодий	1	0,5	0,5	76,3
Мотивований	1	0,5	0,5	76,7
мужній	1	0,5	0,5	77,2
Надійний	1	0,5	0,5	77,6

Народний	1	0,5	0,5	78,1
Нарциссичний	1	0,5	0,5	78,5
Не компетентний	1	0,5	0,5	79,0
Незаангажований	1	0,5	0,5	79,5
Ненав'язливий	1	0,5	0,5	79,9
Об'єктивний	1	0,5	0,5	80,4
Обізнаний	1	0,5	0,5	80,8
Одружений	1	0,5	0,5	81,3
освічений	1	0,5	0,5	81,7
Панівний	1	0,5	0,5	82,2
Патріотично налаштований	1	0,5	0,5	82,6
Переконливий	1	0,5	0,5	83,1
Перспективний	1	0,5	0,5	83,6
Підозрілий	1	0,5	0,5	84,0
Полікультурний	1	0,5	0,5	84,5
Полілінгвальний	1	0,5	0,5	84,9
Політкоректний	1	0,5	0,5	85,4
популістичний	1	0,5	0,5	85,8
Популярний	1	0,5	0,5	86,3
Послідовний	1	0,5	0,5	86,8
Привітний	1	0,5	0,5	87,2
Принциповий	1	0,5	0,5	87,7
Продажний	1	0,5	0,5	88,1

Прозахідний	1	0,5	0,5	88,6
Проукраїнський	1	0,5	0,5	89,0
Разумний	1	0,5	0,5	89,5
Розвинутий	1	0,5	0,5	90,0
Розуміючий	1	0,5	0,5	90,4
Русофобний	1	0,5	0,5	90,9
Самокритичний	1	0,5	0,5	91,3
Самокритичний	1	0,5	0,5	91,8
Самолюбивий	1	0,5	0,5	92,2
сильний	1	0,5	0,5	92,7
Сліпий	1	0,5	0,5	93,2
Спортивний	1	0,5	0,5	93,6
Статечний	1	0,5	0,5	94,1
стресостійкий	1	0,5	0,5	94,5
Суворий	1	0,5	0,5	95,0
Сфокусований	1	0,5	0,5	95,4
толерантний	1	0,5	0,5	95,9
Толерантний	1	0,5	0,5	96,3
Хитрий	1	0,5	0,5	96,8
Холоднокровний	1	0,5	0,5	97,3
Хоробрий	1	0,5	0,5	97,7
Цинічний	1	0,5	0,5	98,2
Чіткий	1	0,5	0,5	98,6
Чуйний	1	0,5	0,5	99,1
Шалений	1	0,5	0,5	99,5
Щирий	1	0,5	0,5	100,0
Усього	219	100,0	100,0	