**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ»**

1. Политическая психология

A. междисциплинарная наука, созданная на стыке политологии и социальной психологии;

B. изучает экономические компоненты политической жизни общества;

C. все ответы верны.

2. Функции политической психологии:

A. познавательная, адаптационная, мотивационная;

B. коммуникативная, интерактивная, перцептивная;

C. заместительная, когнитивная.

3. Предмет политической психологии

A. психологические механизмы политического поведения субъектов политики;

B. политическое сознание;

C. политика.

4. Сравнительно-исторические методы

A. дают возможность изучать единичные политико-психологические явления и процессы;

B. не применимы для сравнения политических процессов;

C. дает возможность выявить психологические закономерности развития политических процессов.

5. К дистантным методам политической психологии личности относят

A. тесты, проективные методики, эксперимент, интервью и беседы;

B. тесты, эксперимент

C. психобиографические методы, контент-анализ, изучение медицинских карт, определение биотипа политика, генетический анализ личности.

6. Политический миф

A. реально существующее, искаженное представление о политических отношениях и действиях, сознательно или несознательно дополненные различными абстрактными вымыслами, выводами, фантазиями, легендами;

B. искаженное представление о политических лидерах;

C. обещания кандидатов на выборах.

7. Структура политического сознания с точки зрения его психологической природы включает

А. индивидуальное, групповое и массовое политическое сознание;

8. мотивационный и когнитивный блок;

С. политические знания, оценки, убеждения.

8. Основные типы политического сознания не включают: А. этатический тип; В. анархистский тип; С. легитимный тип.

9. В политико-психологических исследованиях используются

A. методы психологии;

B. методы и приемы, заимствованные из психологии, политологии, социологии, истории, психолингвистики, этнографии, антропологии;

C. методы политологии.

10. Политическое поведение

A. совокупность реакций социальных субъектов на деятельность политической системы;

B. стереотип;

C. принятие решений.

11.К основным разновидностям «массы» относят

A. партия;

B. собранная публика;

C. класс.

12. Структура массового сознания состоит из

A. рационального и эмоционально-действенного уровней;

B. социально-политических ожиданий и оценок возможностей влияния на проблему;

C. мнений и настроений.

13. Массовое сознание

A. тождественно индивидуальному сознанию;

B. специфический вид общественного сознания, свойственный значительным неструктурированным множествам людей;

C. политический выбор.

14. Массовые настроения не выполняют следующие функции

A. функция социального контроля;

B. сигнальная функция;

C. побудительная функция.

15. Массовидное явление искаженной, эмоционально окрашенной обычно недостоверной информации, распространяющаяся в устной, звуковой форме межличностной коммуникации

A. слух;

B. сплетня;

C. клевета.

16. Механизмами стихийного поведения не являются:

A. взаимное заражение;

B. внушение;

C. эмоциональное «взвинчивание».

17. Этапы развития психофизического состояния в общности

A. 1-циркулярная реакция, 2- эмоциональное кружение, 3- эмоциональное взвинчивание;

B. 1-эмоциональное кружение, 2- циркулярная реакция, 3- эмоциональное взвинчивание;

C. 1-эмоциональное взвинчивание, 2- циркулярная реакция, 3- эмоциональное кружение.

18. Фундаментальное условие, совпадение которых делает возможным возникновение слуха

A. наличие интереса массовой аудитории к определенной проблеме, которую отличает высокая актуальность и связь с потребностями людей;

B. неудовлетворенность интереса и информационных потребностей;

C. все ответы верны

19. Взаимоотношения психолога с политиком не включают:

A. установления отношений между консультантом и политиком;

B. период выработки общих представлений и поиска общего «языка» совместной деятельности;

C. разработка политических решений.

20. Структура политической рекламы не включает в себя:

A. субъект политической рекламы;

B. цели политической рекламы;

C. программа политической партии.

21.Специализированная деятельность соответствующих подразделений, направленная на установление взаимопонимания и доброжелательности между этими структурами и обществом, населением, группами, людьми, на которых направлена эта деятельность

A. политический маркетинг;

B. PR;

C. политическая реклама.

22. К основным психологическим инструментам политической рекламы не относятся

A. внушение;

B. убеждение;

C. диалог.

23. Политический интерес -

A. отказ от политической деятельности;

B. осознание субъектами политики цели и задачи их деятельности;

C. приобщение к средствам массовой информации.

24. При изучении массовых общностей не используют

метод наблюдения;

ретроспективный анализ описаний современников, документов; беседу.

25. Компоненты политического самосознания:

A. когнитивный, эмоциональный, оценочно-волевой;

B. знания о своем месте в политике, политическая самооценка, стремление к политической активности;

C. политические способности, политический статус, стремление к власти

26. В политической психологии стереотип

A. стандартизированный, схематизированный, упрощенный и уплощенный, обычно эмоционально окрашенный образ какого-либо социально-политического объекта;

B. условный рефлекс;

C. двигательный автоматизм.

27. Понятие политическая культура

A. устарело;

B. включает исторический опыт, память социальных общностей и отдельных индивидов в сфере политики, их ориентации, навыки, влияющие на политическое поведение;

C. определяется географически.

28. Политическая деятельность

A. систематическое, сознательное вмешательство отдельных индивидов или группы людей в систему общественно-политических отношений с целью приспособления ее к своим интересам, идеалам, ценностям;

B. определенные акции, шаги, поступки, намеренно или спонтанно предпринимаемые индивидом или группой людей;

C. завоевание, удержание и реализация власти

29. Эффективность политической деятельности не зависит от:

A. мотивационная структура политической деятельности;

B. идеология;

C. исторического периода

30. В структуру власти не входят:

A. источники власти;

B. ресурсы власти;

C. идеология.

31. Политическое участие

A. имеет мобильные и иммобильные формы;

B. связано с единичным мотивом;

C. обязательно.

32. К основным характеристикам массы не относятся:

A. статистичность;

B. ситуативность, временность ее существования;

C. выраженная гомогенность состава массы.

33. Общественное мнение

А форма политической культуры;

B. скрытое или явное отношение той или иной общности или совокупности общностей к происходящим событиям, бытующим явлениям и возникающим проблемам;

C. слух.

34. Массовые настроения включены в политическую культуру

A. как компонент актуального политического сознания,

B. как компонент политического мифа,

C. как руководство к действию.

35. Стихийное массовое поведение

A. это неорганизованное и сравнительно необычное поведение большого количества людей;

B. представлено в форме митинга;

C. реализуется только в форме паники.

36. Циркулярная реакция

A. ведет к ситуационному стиранию индивидуальных различий;

B. служит для самосохранения общности;

C. индуцирует агрессию.

37. Типологии слухов по эмоциональным характеристикам:

А абсолютно недостоверные, просто недостоверные, относительно недостоверные, близкие к действительности;

B. слух-желание, слух-пугало, агрессивный слух, нелепый слух.

C. все ответы верны.

38. «Эффект бумеранга».

A. эффект хорошей пропаганды;

B. распространение авторитета, популярности от конкретного лидера или же какого-то обобщенного символа на их последователей и сторонников;

C. выражается в особого рода «конверсии» — решительном отходе аудитории от прежних взглядов и предпочтений.

39. Требования к «уникальному политическому предложению» не включают:

A. символичность;

B. концептуальность;

C. деперсонификация.

40. Имидж

A. воображаемый образ человека, группы, организации, события, процесса или явления, создаваемый в сознании аудитории;

B. внешний вид;

C. отражение деятельности политика.