

УДК 324:316.62

**ВПЛИВ МОТИВАЦІЇ ЯК ПСИХОЛОГІЧНОГО ЧИННИКА ПОЛІТИЧНОЇ  
ПОВЕДІНКИ НА ЕЛЕКТОРАЛЬНИЙ ВИБІР ОСОБИ****Аліна Ясінська**

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича  
вул. Кафедральна, 2, , 58012, Україна  
e-mail: AlinaYassinska@i.ua*

Розглянуто явище мотивації як психологічного чинника політичної поведінки. Розкрито особливості її структури. Визначено, що мотив є одним із базових факторів, які впливають на вибір особи. Проаналізовано вплив різного роду чинників, які є визначальними при формуванні мотивації. Встановлено взаємозв'язок між досвідом суб'єкта та мотивацією його політичної участі. Досліджено роль фактора інформування громадськості, як засобу маніпулювання свідомістю, при вивченні проблеми політичної невизначеності. Визначено основні перешкоди на шляху прийняття компетентного політичного рішення.

*Ключові слова:* мотивація, політичний вибір, електоральна поведінка, політична невизначеність, виборчі технології, політична сила, методи «переконання».

Проблема політичного вибору - перманентна та притаманна кожному суспільству. На сучасному етапі вона простежується досить гостро в силу різноманітних факторів, значення, яких посилюється з кожним роком та постійного вдосконалення засобів маніпуляції свідомістю людини. Зауважимо: в процесі здійснення вибору громадянин відкритий до сприйняття різноманітної інформації, яка потребує певного аналізу та сортування. В цьому випадку на формування певної політичної невизначеності або визначеності значною мірою впливає мотивація людини та її розуміння самого процесу вибору. Важливо з'ясувати, в якою мірою вибір громадянина є самостійним та якими мотивами він керується, віддаючи перевагу тій чи іншій політичній силі.

Дослідження електоральної проблематики активно проводяться в країнах Західної Європи та США. На сьогодні уже існує потужний емпіричний матеріал вивчення політичної поведінки громадян. До відомих дослідників у цій сфері належать: С. Роккан, С. Ліпсет, М. Фіоріна, П. Данвілі, Д. Фукс, Д. Мейсон та інші. Російські дослідники розглядали електоральну поведінку крізь призму та особливості становлення власної держави, тому в їхніх працях можна віднайти акценти, які не властиві західному суспільству через відмінність політичної культури. Відомі праці з проблематики електорального вибору В. Авдоніна, В. Лапкіна, Є. Мелешкіна, Ю Шевченка, В. Гельмана тощо. В Україні поведінка виборців активно досліджується через вивчення виборів, політичної участі, пасивності, ефективності інструментів маніпулювання громадською думкою. Цим проблемам присвячені праці таких українських дослідників: Г. Циганенко, С. Протоцька, М. Головатий, В. Бунь, О. Вишняк тощо.

Розглянуто вплив мотивації як психологічного чинника політичної поведінки на електоральний вибір особи, для чого були визначені такі завдання:

- розкрити особливості структури мотивації;

- дослідити вплив структурних елементів мотивації на процес «вибору» особи.

Особа, будучи громадянином, перебуває у певному політичному просторі. Тому вона себе асоціює з державою, навіть тоді, коли не до кінця це усвідомлює. Часто це зумовлено впливом законів, морально – правових шаблонів, присутніх в тому чи іншому суспільстві. Відповідно, отримуючи статус громадянина, особа знаходиться під тиском певних прав та обов'язків, які скеровують її подальшу діяльність та вимагають відповідної політичної поведінки. Політична поведінка у свою чергу є одним із індикаторів політичної культури особи. Вона виражається як у зацікавленості та активній участі у політичному житті, так і в абсолютно пасивному стані, абсентеїзмі чи політичній невизначеності.

Через рівень власної зацікавленості людина усвідомлює потрібність та важливість певних суспільних благ, ефективність державних інститутів, а відтак і формує певне ставлення до них. В цьому випадку інтереси людини посідають основне місце серед мотивуючих чинників. Вони визначають політичну поведінку особи, що відображається на її політичній участі в житті власної держави.

Оскільки мотивація впливає на процес електорального вибору, розглянемо її як систему мотивуючих факторів. Так, під мотивацією розуміють сукупність стійких мотивів, які визначаються характером особистості, її ціннісною орієнтацією та діяльністю, яка нею викликана [9]. У філософській енциклопедії мотивація розглядається як система внутрішніх факторів, які викликають та направляють орієнтовну на досягнення мети поведінку людини чи тварини [10]. Отже, - це певний процес спонукання себе до якогось виду діяльності задля отримання вигоди або ж досягнення особистих результатів. Коли справа стосується участі в політичному житті країни, мотивація виступає фактором, який спонукає людину діяти, щоб змінити політичну ситуацію чи покращити власне майбутнє.

Наукового забарвлення «мотивація» як термін почала набувати в ХХ ст., коли з'явилися різноманітні теорії мотивації, проте значно раніше існувало певне усвідомлення цілеспрямованого впливу на людину. В більшій мірі мотиваційні теорії суперечать одна одній. Оскільки незрозумілим залишається той факт, чому в одних людей мотивація сильніша, в інших – навпаки, в результаті одні досягають успіху, а інші терплять поразку, хоча стартові можливості однакові. Деякі психологи віддають перевагу ролі внутрішніх механізмів, які відповідають за дії індивіда, другі вбачають причину мотивації в зовнішніх стимулах, треті вивчають основні мотиви та визначають, які з них вродженні, а які – набуті. Так, своє бачення специфіки мотивації запропонували: З. Фрейд, Р. Вудворт, Г. Мюррей, А. Маслоу та інші [10].

З психологічної точки зору досить часто розглядається теорія А. Маслоу, відповідно до якої людська поведінка скеровується певним набором потреб. Цю теорію можна використовувати і при характеристиці електоральної поведінки, оскільки фізіологічні та соціальні аспекти життя людини тісно переплетені з функціонуванням партій, діяльністю керівних осіб, що творять політику в країні.

Грунтовною в процесі аналізу електорального вибору особи є схема класифікації мотивів, яку запропонували Д. Маклеланд і Дж. Аткисон. Дослідники виділили три основних мотиви, які суттєво впливають на поведінку особи - мотив влади, досягнення та афіліації. Не лише політична влада, на переконання дослідників, можуть впливати на поведінку людини, інколи цей вплив набагато відчутніший з боку сім'ї та оточення людини на роботі. Д. Маклеланд і Дж. Аткисон доводять: прагнення до влади

зумовлюють три типи причин: 1) влада потрібна для того, щоб домінувати над іншими, обмежувати їхні дії, створювати для них ситуацію деривації; 2) щоб інші люди не домінували над ними; 3) щоб здійснювати політичні досягнення [12, с. 138-139].

Мотив досягнення проявляється в турботі про ефективну діяльність. Залежно від особистих якостей людина більше вмотивована або уникнути поразки, або досягти успіху. Природно, що людина, здійснюючи вибір, піддається сумнівам, остерігається помилок та невдач. Спосіб уникнення поразки часто вбачається в наслідуванні іншим. В теорії масової комунікації це називається ефектом приєднання до більшості. На виборах деякі люди схильні підтримувати кандидата, за якого голосує більшість. Таким чином, підсвідомо людина відчуває себе на боці переможця, тобто у виграшному становищі. Р. Чалдіні пояснює ефект наслідування, оперуючи двома принципами: перший - людина рахує свою поведінку правильною в конкретній ситуації, якщо бачить, що інші люди ведуть себе подібним способом; другий - особа не впевнена в собі або, коли ситуація видається їй не зрозумілою та неоднозначною, вона схильна звертати увагу на інших та визнавати їх дії правильними [11].

Мотив афіліації передбачає прагнення особи до емоційного комфорту. Афіліація являє собою певний зв'язок, намагання бути в товаристві інших людей та створювати з ними емоційно-позитивні стосунки. З політичного погляду це може означати спрямованість на досягнення компромісу, ведення успішних переговорів тощо [3, с. 194].

Г. Артьомов стверджує: мотивація є комплексом різномірних, проте пов'язаних між собою внутрішніх переконань людини, які спонукають її до активної дії в конкретному напрямку. Відповідно до власного твердження, дослідник виділяє переконання домінуючі (центральні) та периферійні. В структурі мотивації електорального вибору, Г. Артьомов виділяє емоційні, раціональні та оціночні елементи. До емоційних відносяться мотиви, які базуються на відчуттях (симпатії/антипатії, надії/сумніву, захоплення/розчарування), які виникають у виборців в результаті спостереження за поведінкою кандидатів і спілкування з ними. Раціональними можна вважати елементи мотивації, засновані на очікуванні певної поведінки кандидата, що зумовлене знаннями програми кандидата чи партії. Ціннісними елементами мотивації електорального вибору можна вважати ті, які засновані на думці виборця про значущі якості кандидата [1]. Погоджуємося з дослідником: в реальній електоральній поведінці ці елементи мотивації поєднуються в різних пропорціях. Тим паче, що вагомий вплив на мотивацію виборця здійснює ряд факторів: вік, стать, дохід, приналежність до соціально – професійних та релігійних груп. Характер електоральної поведінки переважно визначається специфікою відношення особи до політики, рівнем її політичної обізнаності та типом політичної культури.

В контексті електоральної поведінки розглядається політична невизначеність, як показовий індикатор громадської пасивності. Явище обумовлене впливом цілого ряду чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, котрі можуть бути відомими або прихованими. Невизначеність в моделях прийняття рішень слід розуміти як наявність декількох можливих результатів кожної альтернативи. В повсякденному розумінні невизначеність пов'язується з непередбачуваністю, випадковістю, неоднозначністю, нечіткістю [7]. Політична невизначеність населення обумовлена: частою зміною політичного становища в країні, можливими політичними скандалами, недовірою до політиків, що знаходяться при владі, неефективною політикою правлячої партії, нестабільністю політичної ситуації в країні.

Детальніше вплив чинників на формування політичної поведінки, а зокрема і політичної невизначеності, дослідили в праці «Політична поведінка» Ж. Майно та А. Лансло. Вчені стверджують: відносини між громадянином та владою формуються природним шляхом, відповідно до політичної ситуації, яка існує в конкретний відрізок часу. Ми ж спостерігаємо їх як набір досвіду суб'єкта. До цього набору можна віднести і соціальну ситуацію, яка включає: членство у групі (сім'я, соціальний клас, церковна чи релігійна приналежність), соціально-економічні інтереси (дохід, рід занять, місце проживання), соціальну організацію та її оточення [13, с.16].

Соціально-економічний статус є важливим аспектом електорального вибору, який у кінцевому результаті приводить до формування загальної політичної поведінки. Вплив віку на політичну поведінку становить подвійну проблему. Оскільки, по-перше, політичні переконання формуються відповідно до кожного періоду життя. По-друге, кожний новий період призводить до переосмислення уже існуючих політичних поглядів. Особа в молодому віці надає перевагу політичним вподобанням, які існують у сім'ї. Починаючи з періоду зрілості, людина обирає політичну модель уже за межами сім'ї. Ж. Майно та А. Лансло стверджують, що на диференціацію політичних поглядів має вплив також гендерний аспект. Жінки консервативніші у сфері політики, ніж чоловіки, та схильніші до традиційного впливу церкви. Особливе місце у праці відводиться осоловостям характеру особи та їхньому впливу на політичні вподобання. Так, якщо людина флегматик, то вона більш аполітична та виявляє повагу до свободи інших людей. Люди «пристрасні» є авторитарними лідерами, а революціонерів можна знайти серед холериків [13, с.23].

Для пояснення мотивів електорального вибору можна використати також теорію М. Вебера про ідеальні типи соціальної дії. При цілераціональному типі соціальної дії в основі лежить очікування визначеної поведінки предметів зовнішнього світу та інших людей і використання цього очікування в якості «умов» або «засобів» для досягнення своєї раціонально поставленої та продуманої цілі. Ціннісно-раціональний тип ґрунтується на вірі в безумовну – естетичну, релігійну або іншу – самодостатню цінність певної поведінки як такої, незалежно від того, до чого вона приведе. Афективна соціальна дія розглядається як емоційна, зумовлена афектами або емоційним станом індивіда. Традиційний тип базується на тривалій звичці [4]. Тобто, при цілераціональному типі суб'єкт керується в більшій мірі раціональними переконаннями. Рішення приймаються не під впливом емоцій чи традицій, а обирається політична сила, яка пропонує програму ідентичну світогляду суб'єкта. У випадку ціннісно-раціонального вибору особа керується певними загальноприйнятими нормами, релігійними чи моральними установками, проте і має конкретно визначену мету. Акт голосування розглядається як прояв групової солідарності. Прикладом традиційної політичної дії може слугувати феномен спадкового голосування. Можна виділити і афективну поведінку виборців. Головним є мотив протесту, коли виборець голосує за партію чи кандидата тому, що він проти решти [3, с. 196].

Перелічені фактори - класичний набір. Вони піддаються перманентному аналізу та переосмисленню науковцями. Їх вплив розглядається з точки зору різних характеристик та безсумнівно є суттєвим. Однак діє низка інших чинників, які відіграють свою роль у формуванні політичної мотивації людини. До них можна віднести: особисті фобії (расизм, ксенофобію, антисемітизм), стереотипи, якими живе людина, морально-ціннісні аспекти її світогляду, рівень поінформованості.

Значна увага приділяється інформуванню громадськості. За відсутності об'єктивної інформації, люди часто оцінюють вірогідність подій суб'єктивно, керуючись інтуїцією, знаннями, досвідом і непрямими даними про ситуацію. Такий спосіб трактування отриманої інформації часто призводить до помилкових висновків. Негативний вплив на стан політичної невизначеності населення здійснює дезінформація або маніпулювання громадською думкою ЗМІ. В результаті громадянин не лише не має чітко сформованої позиції стосовно тієї чи іншої політичної сили, а взагалі сумнівається в доцільності інституту виборів. Ж. Майно та А. Лансло, розглядаючи провокуючі модифікації до яких належать і прогресивні методи «переконання», стверджують, що їхня особливість полягає в тому, що вони постійно удосконалюються. Спочатку їх використовували для приватних та публічних виступів, пізніше для традиційних виборчих кампаній, згодом разом із ЗМІ їх відносять до методів психологічної війни. Тепер їхнє завдання полягає не лише в тому, щоб переконати, але й змінити загальне ставлення суб'єкта. Основна роль у розповсюдженні методів «переконання» відводиться різного роду медіазасобам. Вони збирають та поширюють культурні моделі в середовищі, інтерпретують їх відповідно до ситуації. На основі уже отриманої інформації людина формує власну реакцію на ті чи інші події. Тим паче, що політична поведінка громадян піддається впливу інформації навіть не політичного характеру [13, с.46].

Правильний та свідомий вибір здійснюється особою за умови, що вона володіє інформацією про події, які відбуваються в ході виборчої кампанії та цікавиться політичним життям країни. Рівень поінформованості виборця залежить від того наскільки він обізнаний з політичними програмами та законодавством, діяльністю партій та кандидатів. Оскільки в сучасному світі основна частина інформації циркулює в ЗМІ, медіа засоби наділені значними функціями та інколи відіграють роль уже сформованого органу. Проте бути під тиском авторської подачі інформації погоджується не кожен громадянин. Частина виборців з мінімальною допомогою медіа намагається розібратися в ситуації та в кінцевому результаті робить незалежний вибір, сформований власною свідомістю, а не нав'язаний ззовні. В крайньому випадку вибір має формуватися під впливом різних джерел інформації, а не лише одного, щоб мати змогу проаналізувати та критично осмислити отриману інформацію.

В. Комаровський стверджує: для аналізу картини у цілісному вигляді людині потрібно враховувати всі компоненти: знання виборчого законодавства; знайомство з біографією та політичними установками, поглядами кандидатів та програмами політичних партій, що беруть участь у виборчому процесі; ознайомлення з матеріалами ЗМІ про хід виборчої кампанії, кандидатів та програм політичних партій; участь у зустрічах з кандидатами, обговорення виборчої проблематики у колі сім'ї, друзів, на роботі тощо; агітація «за» чи «проти» того чи іншого кандидата чи партії; надання підтримки кандидатам чи партіям у тій чи іншій формі (фінансова, матеріальна, моральна тощо) [5].

Сутність передвиборчої діяльності полягає в тому, що вона покликана сформулювати позитивне або негативне бачення політичної сили і кандидата. Оскільки сьогодні важко будь-кого вразити класичними методами подачі інформації, все частіше використовують психологічний тиск та різні маніпуляції свідомістю. На нашу думку, маніпулювання свідомістю виборця належить до основних чинників, які впливають на прийняття політичного рішення. Особа об'єктивно усвідомлює: впоратися з тією кількістю інформації, яка до неї надходить, вона не в змозі. Це в подальшому призводить до зростання сумнівів, виникнення незрозумілих ситуацій, які провокують стан

невизначеності. Як стверджує А. Прохоров: «свобода політичного вибору набирає фіктивного характеру, оскільки технології впливу досягли такого рівня, що можна говорити про масштабне маніпулювання свідомістю громадян» [8].

Виборчі технології обов'язково передбачають вивчення мотивації не лише на рівні групи, а й на рівні окремого індивіда (це спонукає його взяти участь у виборах чи утриматися від голосування). Аналізується взаємозв'язок не тільки між соціально-політичними показниками та електоральною поведінкою виборців, а й між усталеною їх орієнтацією та реально зробленим вибором [6]. Практично усі виборчі технології мають на меті впливати на поведінку людей та контролювати її. Найбільший акцент завжди робиться на відчуття людини, її уяву та пам'ять, оскільки саме вони породжують нові стереотипи у свідомості людини. Виборець втрачає зв'язок з дійсними своїми мотивами, потребами та цінностями, яких він дотримувався раніше, і формує нові образи та ідеали. Тому, якщо інформація була засвоєна некритично, виникає суперечність між новосформованими образами і тими, що є насправді, наступає стадія розчарування у політичній владі та її діяльності.

Отже, при вивченні політичної поведінки, а зокрема при дослідженні особливостей формування політичного вибору важливо враховувати мотивацію, як комплекс внутрішніх переконань людини. Основна її роль при формуванні політичного вибору особи полягає в тому, що вона породжує прагнення впливати на владу. Таким же чином, основним мотивом ухиляння від участі є непевненість людини у своїх силах та відчуття власної безкорисності.

Мотиви формуються під впливом різних чинників, котрі здатні підсилити мотивацію або ж її пригнічувати. Глибокий системний аналіз дозволяє дослідити вплив цих факторів на поведінку особи та її мотивацію. Виборець може зробити правильний вибір за умови критичного осмислення інформації та власних цінностей. Володіючи свободою у відборі інформації, важливо, щоб особа здійснювала вибір відповідно до власних переконань.

#### Список використаної літератури

1. *Артемов Г.* Мотивация электорального выбора [Електронный ресурс] / Г. Артемов // Политический анализ. Доклады Центра эмпирических политических исследований СПбГУ. – Режим доступа: <http://library.sociology.kharkov.ua/books/politanaliz/01.html>
2. *Артемов Г.* Политическая социология [Електронный ресурс] / Г. Артемов / Библиотека Гумер – социология - Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/artem/11.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/artem/11.php)
3. *Бунь В.* Электоральный выбор: суть та основні складові / В. Бунь // Вісник Львів. ун-ту. Серія: філософські науки. – Львів: Львів. Нац. ун-т. ім. І. Франка. 2008. – Вип.11. – С. 192-201.
4. *Вебер М.* Избранные произведения [Електронный ресурс] / М. Вебер – Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/Weber/osn\\_soc.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Weber/osn_soc.php)
5. *Комаровский В.* Демократия и выборы в России: теория и история вопроса [Електронный ресурс] / В. Комаровский - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/306/907/1216/003Komarovskij.pdf>

6. *Кочубей Л.* Методи соціально-психологічного впливу на електорат [Електронний ресурс] /Л.Кочубей // Український центр політичного менеджменту – Режим доступу: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=22&c=225>
7. *Кулагин О.* Поняття ризику і неопределенності в моделях прийняття рішень [Електронний ресурс] / О. Кулагин // Management-service: - Режим доступу: [http://www.management-service.ru/article\\_08.php](http://www.management-service.ru/article_08.php)
8. *Прохоров А.* Інформаційно-психологічне підґрунтя політичних технологій / А. Прохоров // Наук. Зап. «Києво-Могилян. Акад.». – 2002 – Т. 20: Спец. Вип., ч. 1. – С. 256 – 258.
9. Современный толковый словарь русского языка Ефремовой [Електронний ресурс] / Словари и энциклопедии на Академике – Режим доступу: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/187811/%D0%9C%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F>
10. Философская энциклопедия [Електронний ресурс] / Словари и энциклопедии на Академике – Режим доступу: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy/2755/%D0%9C%D0%9E%D0%A2%D0%98%D0%92%D0%90%D0%A6%D0%98%D0%AF](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/2755/%D0%9C%D0%9E%D0%A2%D0%98%D0%92%D0%90%D0%A6%D0%98%D0%AF)
11. *Чалдини Р.* Психология влияния [Електронний ресурс] / Р. Чалдини – Режим доступу: <http://www.litmir.net/br/?b=95725>
12. *Шестопа́л Е.* Психологический профиль российской политики 1990-х. Теоретические и прикладные проблемы политической психологии /Е. Шестопа́л– М.: Рос. Пол. Эн, 2000. – 431 с.
13. *Meynaud J., Lancelot A.* Les attitudes politiques / Jean Meynaud, Alain Lancelot -Paris: Les Presses universitaires de France, 1964, 2ème édition. - 128 p.

**THE INFLUENCE OF THE MOTIVATION AS THE PSYCHOLOGICAL FACTOR OF POLITICAL BEHAVIOR ON THE ELECTORAL CHOICE OF THE PERSON****Alina Iasinska**

*Yuriy Fedkovych National University of Chernivtsi  
Cathedralna st., 2, Chernivtsi, 58012, Ukraine  
e-mail: AlinaYassinska@i.ua*

In the article the phenomenon of motivation is examined as the psychological factor of political behavior, the peculiarities of its structure are revealed. As it was determined the motive is one of the basic factors which influence the personal choice. The influence of various crucial factors in the formation of motivation is analysed. The connection between the subject's experience and motivation of his political involvement is established. The role of factor of informing the society was investigated as means of manipulation of the consciousness during studying the problem of the political uncertainty. Fundamental obstacles in making competent political decisions are identified. The author suggests while making the choice to pay attention to the critical perception of the information and its conformity to one's own convictions.

*Keywords:* motivation, political choice, electoral behavior, political uncertainty, election technologies, political force, methods of «persuasion».

**ВЛИЯНИЕ МОТИВАЦИИ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ФАКТОРА ПОЛИТИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НА ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЙ ВЫБОР ЧЕЛОВЕКА****Алина Ясинская**

*Черновицкий национальный университет имени Юрия Федьковича  
ул. Кафедральная, 2, г. Черновцы, 58012, Украина  
e-mail: AlinaYassinska@i.ua*

Рассмотрено явление мотивации как психологического фактора политического поведения, раскрыты особенности ее структуры. Определено, что мотив является одним из базовых факторов, которые влияют на выбор человека. Проанализировано влияние различного рода факторов, которые являются определяющими при формировании мотивации. Установлена взаимосвязь между опытом субъекта и мотивацией его политического участия. Исследована роль фактора информирования общественности, как средства манипулирования сознанием, при изучении проблемы политической неопределенности. Определены основные препятствия на пути принятия компетентного политического решения. Автор предлагает обращать внимание при совершении выбора на критическое восприятие информации и ее соответствие собственным убеждениям.

*Ключевые слова:* мотивация, политический выбор, электоральное поведение, политическая неопределенность, избирательные технологии, политическая сила, методы «убеждения».