

Секція: Психологічні науки

Дидів Марта-Вікторія Василівна

студентка спеціальності «Психологія»

Національного університету «Львівська політехніка»

м. Львів, Україна

Свідерська Ольга Іванівна

кандидат політичних наук,

старший викладач кафедри теоретичної та практичної психології

Національний університет «Львівська політехніка»

м. Львів, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ВИБОРУ ПОПУЛІСТИЧНИХ ПАРТІЙ СТУДЕНТСЬКОЮ МОЛОДДЮ

Одним із актуальних питань сьогодення є необхідність розвитку критичного мислення у переважної більшості населення, у тому числі й українського. Мова йде не лише про можливість захистити себе від потужного маніпулятивного впливу зовнішнього середовища (соціальних мереж, реклами, популістичних гасел та соціального впливу з боку оточуючих), але й у необхідності вибору власної траєкторії розвитку й становленні національної чи громадянської ідентичності мікро чи макро рівнів. Відомо, що схильність піддаватись під психологічний вплив робить людину не тільки вразливою перед тим, хто його здійснює, але й наштовхує на думку про те, що рівень критичного мислення у таких осіб, якими «управляють» як правило є набагато нижчим. Зазвичай таких людей ми сприймаємо, як замріяних, перекладаючих відповідальність за своє життя на оточуючих, владу, Бога, фатум або ж долю.

Як уже нами неодноразово зазначалось, «сучасність тісно переплітається із поняттям індивідуалізації, що у сьогоденні означає не

лише новий етап емансипації індивіда, але й характеризує саму структуру взаємовідносин у Постмодерні, вказуючи на панування гедоністичної моралі» [5, с. 96]. Звідси ми можемо собі припускати, що суспільство, котре характеризується певною непевністю й у великій мірі сприяє тому, що сучасна людина здатна постійно продукувати «альтернативні реальності», хибити у власному виборі, або ж вірити не фактам, а тому, у що їй більше хочеться вірити. Відтак, пошуки чинників, що впливають на загальну громадянську позицію, ідентичність, активність чи електоральний вибір (в тому числі й вибір популістів) може включати у себе, як глибинні пошуки, що враховуватимуть особливості колективного несвідомого, так і показники суспільних змін, умов виховання, соціальних та індивідуальних психологічних характеристик електорату.

Говорячи про особливості сучасної студентської молоді, як окремої соціальної спільноти й, водночас, як про вікову категорію осіб, хочеться акцентувати на тому, що політична поведінка проявляється у них по-різному. До прикладу, під час вивчення курсу політичної психології дуже часто у навчальних аудиторіях звучить байдуже ставлення до політики, здебільшого «підігрите» наративами про те, що «вони всі брешуть», «всі політики однакові» або ж «всі політики крадуть». Проте проблема є достатньо глибокою, оскільки студенти у своїй переважній більшості не знають основних функціональних обов'язків головних очільників держави. Звісно, що на противагу аполітичним студентам є досить значна кількість тих, хто виявляє зацікавлення політичними реаліями. В інших моментах – коли вони зіштовхуються із необхідністю вирішення певних практичних завдань із врахуванням маркерів маніпуляції чи психологічних детермінант, котрі зазвичай просто ігноруються, зацікавленість стає вищою, проте водночас, занадто «запізнілою», адже політичну активність студенти переглядають досить часто вже після того, як здійснили свій вибір, і як

показує досвід, як правило віддавши свій голос за популістичні партії чи їхніх лідерів [4].

Сутність класичного поняття «популізм» сформулювали такі дослідники, як Н. Баранов, С. Семенов, І. Шокіна, С. Шульговський тощо. Не стояли осторонь і українські соціологи, політологи та філософи, а саме Д. Видрін, І. Побочий, С. Мигаля, Т. Радь, І. Кіянка, Б. Кіршенблат, Д. Семенов, О. Ярош, О. Лещенко, С. Запасник, С. Одарич, В. Полторак, М. Томенко, В. Горбатенко, О. Свідерська, Г. Почепцов та інші.

Отож, згідно російської політичної енциклопедії термін популізм визначено, як «... тип політики, орієнтований на мобілізацію мас, збудження масових настроїв, безпосередній контакт з населенням у дусі прямої демократії, певна політична доктрина або стиль політичної поведінки. Центральним для популізму є поняття «народ», що зазвичай не має чіткого окреслення й уособлює недиференційовану масу» [2].

Український політолог, доктор політичних наук А. Романюк у своїх розвідках обґрунтував тезу про те, що одним із чинників, що сприяв в останні десятиліття поширенню популізму, стала сучасна криза партійної демократії. Її сутність полягає у зменшенні ідеологічних відмінностей між головними партіями та їхніми програмами, все більша орієнтація цих партій на весь електорат, а не на окремі соціальні групи, і, у підсумку поступове зникнення зв'язку між конкретними соціальними групами та політичними партіями [3, с. 242].

Отож, для реалізації емпіричного дослідження були залучені представники студентської молоді віком від 18 до 25 років. У роботі було використано авторську анкету, питання якої допомогли з'ясувати такі показники, як стать; яку саме політичну партію обрав респондент у голосуванні в 2019 році; чи розчарувався у виборі політичного кандидата; на основі чого респондент формує власне уявлення про політичну

реальність та чиєю порадою користується при здійсненні важливого політичного вибору.

Так, у таблиці 1 зображено розподіл формування особистої думки респондентів стосовно уявлень про політичну реальність. Для інтерпретації даного показника ми визначили скільки користувачів (у %) надають перевагу тому чи іншому виду джерела інформації щодо політичних реалій, зокрема телебаченню, соціальним мережам, порадам співробітників або близьких друзів, Інтернет порталам, блогерам чи офіційним сайтам представників державних органів.

Таблиця 1

Варіанти відповідей респондентів (необмежена кількість вибору)	Кількість опитуваних у %
Телебачення	13
Соціальні мережі	24
Від співробітників або близьких друзів	10
Із Інтернет порталів	17,4
Від блогерів	8,6
Від офіційних державних джерел (сайти офісу президента, різних міністерств тощо)	27,5

До слова, варто наголосити, що велика частина досліджуваних студентів – це особи, котрі вивчали вузько-спеціалізовані дисципліни, а відтак вибір офіційних сайтів державних представництв може бути ознакою добре засвоєного матеріалу на курсах «політична психологія» чи «психологія маніпуляції». Однак, все-таки ми бачимо, що є насправді досить великий показник довіри до інформації, поширеної у соціальних мережах, які мають найбільший маніпулятивний вплив на сучасний світовий електорат, не тільки представників студентської молоді. Так, сьогодні практично немає того, хто б не знав про скандали, пов'язані із використанням Facebook й Twitter у передвиборчій кампанії Д. Трампа у 2016 році, чи використання персональних даних задля профілювання британців, котрі підтримали вихід із Європейського Союзу. Науковці, журналісти, практикуючі психологи практично одночасно зіштовхнулись із

ситуацією, коли поведінка людини, як і раніше моделюється завдяки психологічному впливу, проте сьогодні вона є потужнішою. Популістичні гасла, технології штучного інтелекту, відкритий і доступний віртуальний простір дозволив політикам ще більше проникати у масову свідомість сучасних користувачів Інтернет-ресурсів, обіцяючи їм практично казкове життя, багатство, визнання, статусність, якщо коротко – те, що зазвичай досягається важкою працею і дається далеко не всім людям, а от в добре прописаній популістичній промові виглядає, як щось абсолютно реалістичне й здійсненне. Як влучно зазначає С. Дорош, «контрасти медіа-дискурсу щодо партії «Слуга народу» обумовлені формуванням нової української влади з представників медіакратії, які сьогодні змушені протистояти комунікативним «резонансним» технологіям, завдяки яким й отримали перемогу за результатами президентської та парламентської виборчих кампаній» [1].

Заради справедливості, варто наголосити на тому, що практично кожна політична обіцянка містить у собі частку популізму, адже без обіцянок, політики не є такими цікавими для нашого сприйняття, а той рівень магічного мислення, котрий є присутній практично у кожній людині дозволяє нам фантазувати про доброго «чарівника», котрий здатен побороти «всесвітню несправедливість», «корупцію», «епоху бідності» тощо, відтак «правильним» для нас є вибір «свого хлопця», сформований образ якого дозволяє нам відчувати свою приналежність до того ж кола що й він, побороти відчуття власної нікчемності або ж неважливості, забуваючи що насправді особи, котрі балотуються на високі політичні посади ніколи не є простими, ніколи не є одними із народу і т. д. Звісно, що у певний момент може відчуватись розчарування у своєму електоральному виборі. Так, під час опитування, нами було з'ясовано, що у виборі партії до ВРУ у 2019 році розчарування респондентів проявляється на різних рівнях. Так, не розчарувалось у власному виборі 14 осіб; швидше не розчарувалися ніж

розчарувалися 6 осіб; важко відповісти 8 особам; швидше розчарувалися ніж не розчарувалися 2 особи й повністю розчарувалися – 6 осіб.

Також за допомогою авторської анкети нами було досліджено, які політичні партії обирали респонденти на політичних виборах у 2019-му році. Відсоткові дані та політичні партії можна побачити у таблиці 2. Отож, з наведеної таблиці можна сказати, що найбільша кількість відсотків у політичної партії «Європейська солідарність»; наступною йде «Слуга народу»; далі партія «Голос»; четвертою у списку є «Батьківщина»; далі «Опозиційна платформа - за життя» і останньою за кількістю обрання є партія «За майбутнє».

Таблиця 2

Політична партія	Кількість респондентів у %
"Слуга народу"	27,7
"Опозиційна платформа - за життя"	8,3
"За майбутнє"	2,7
"Батьківщина"	11,1
"Голос"	13,8
"Європейська солідарність"	36,1

Отже, можна навести висновок, що люди мають певне «замилене» ставлення щодо фільтрування інформацією, вибором важливих рішень тощо. Це є не дивно, особливо в таких країнах, як СНГ де був возвеличений культ особи державного діяча, то і до сьогоднішніх днів цей образ залишається у свідомості більшості осіб, який за допомогою модернізованих маніпулятивних технологій досі застосовують.

Ще однією особливістю результатів нашого дослідження є виявлення того, що найбільша кількість респондентів довіряє особистій любові/нелюбові до політичних кандидатів. З цього впевнено можна сказати, що свідомістю таких осіб набагато легше маніпулювати під час популістичних намірів. Такі особи швидше підуть за тим, хто обіцяє швидке

рішення проблем, зниження цін на комунальні послуги, підвищення заробітної плати тощо. Тобто особа чує те, що хоче чути не зважаючи на більш сувору реальність, яку не збирається сприймати. Більш позитивними є результати 25% вибору, а саме підхід до вибору політика відповідальний, раціональний з аналізом його програми та здобутків. Та однакові відсоткові дані вибору на основі ток-шоу, за порадою друга/подруги та варіант інше.

Підсумовуючи викладене, хочемо визначити кілька чинників, котрі спонукають українців обирати популістичні партії, у тому числі й «Слугу народу»: «потреба у новизні». На фоні обманутих очікувань від «старих» політиків, що заблокували потребу в орієнтуванні, новизні, творчості, ці очікування переносяться на «нові обличчя» у політиці; «конформізм» (коли підтримують більшість, тільки тому, що вона більшість, саме тут найбільше спрацьовує магічне мислення); некритичне сприйняття і наслідування думкам, стандартам, стереотипам масової свідомості, традиціям, авторитетам, принципам, установкам, що панують у певному суспільстві чи групі; обмануті очікування та почуття гідності: саме незадоволення таких потреб, як фізіологічна потреба в їжі; потреби у безпеці; соціальні потреби; потреба у повазі (втрата досягнень, впевненості, самоповаги) стали причиною незадоволення великої кількості людей попередньою владою і перемоги партії «Слуга народу».

Література

1. Дорош С. Пранкер Джокер: хто і як «розводить» депутатів Зеленського у смартфоні. 2019. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-50315920>
2. Популізм. Политическая энциклопедия: в 2 т. Т. 2. Москва: Мысль, 2000. С. 230.
3. Романюк А. Популізм і розвиток партійної системи в Україні // Партійна система сучасної України: еволюція, тенденції та

перспективи розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 24–25 листоп. 2011р.). Київ: Ін-т політичних та етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса. 2012. С. 242–258.

4. Свідерська О. І. Мотиваційна компонента політичної активності студентської молоді // Захист прав і свобод людини та громадянина в умовах формування правової держави: збірник тез ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції (Львів, 30 травня 2020 р). Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2020. С. 306-308.
5. Свідерська О. І. Соціально-психологічні чинники політичних цінностей української молоді у контексті сучасних реалій // Вісник Національного університету оборони України, 2020. № 3 (56). С. 96–101.