

ЧАСОВИЙ ФРЕЙМІНГ РІШЕННЯ ВИБОРЦЯ: СТАРІННЯ СУБ'ЄКТА І СТАРІННЯ ПРОПОЗИЦІЇ

О. В. Полунін, м. Київ

Розглядається час як важливий вимір політичного життя, зокрема один із важливих його аспектів – темпоральні процеси, пов'язані із прийняттям електоральних рішень. Предметом дослідження стали темпоральні процеси, які впливають на вибір кандидата під час виборів до органів влади. Розмежовується вплив на рішення виборця таких темпоральних процесів, як старіння пропозиції і старіння суб'єкта прийняття рішення. Продемонстровано експериментально, що ці процеси по-різному впливають на репрезентацію проблеми вибору, за рахунок чого уможливується диференційований вплив на рішення виборця. Обґрунтовується значення отриманих результатів для розроблення технології впливу та їх практичного застосування для оптимізації виборчої кампанії. Наголошується, що залежно від поставленої мети вони можуть використовуватися як для прискорення оновлення правлячої політичної еліти, так і для її консервації.

Ключові слова: вибори, вибір, прийняття рішення, час, часові процеси.

Рассматривается время как важное измерение политической жизни, в частности один из важных его аспектов – темпоральные процессы, связанные с принятием электоральных решений. Предметом исследования стали темпоральные процессы, влияющие на выбор кандидата во время выборов в органы власти. Разграничивается влияние на решение избирателя таких темпоральных процессов, как старение предложения и старение субъекта принятия решения. Показано экспериментально, что эти процессы по-разному влияют на репрезентацию проблемы выбора, за счет чего становится возможным дифференцированное влияние на решение избирателя. Обосновывается значение полученных результатов для разработки технологии влияния и их применения для оптимизации избирательной кампании. Подчеркивается, что в зависимости от поставленной цели они могут использоваться как для ускорения обновления правящей политической элиты, так и для ее консервации.

Ключевые слова: выборы, выбор, принятие решения, время, временные процессы.

Time is an important dimension of political life and the temporal processes relevant for electoral decision making are just one of the aspects of this temporality. Therefore the temporal processes influencing an electoral choice were taken as the object of study. The goal of the study was the experimental distinguishing of an aging of proposition and an aging of subject.

These two temporal processes influence a decision outcome in different ways and this was shown experimentally. Thanks to that it became possible to influence in different ways the electoral choice depending on the activation of one or another temporal process. The experimental results provide the basis for development of technology for influence of electoral decisions. Depending on the set goal such technology could be used as for stimulation of change of governing elite but as well as for conservation of political power.

Key words: elections, choice, decision making, time, temporal processes.

Проблема. Вибори до органів влади на всіх рівнях є важливою складовою розвинутих демократій. Їхні результати визначають зміст політичного життя і реалії функціонування органів влади, соціально-економічне становище населення та перспективи розвитку країни на роки, а інколи і на десятиріччя вперед. Вибір, який робить окремих громадян у кабінці для голосування, трансформується в певну конфігурацію влади, у певну внутрішню і зовнішню політику. Тому особливої важливості набуває вивчення прийняття виборцем рішення та дослідження можливостей впливу на нього в рамках чинних норм права і моралі. Застосування науково обгрунтованих підходів до моделювання поведінки виборця і планування взаємодії політик – виборець відповідає також запропонованій Ю. А. Левенцем ідеї переосмислення раціональності політики в Україні [1].

Психологічні дослідження прийняття рішень виокремилися упродовж останніх років у достатньо самостійний напрям [2]. На перший план вийшло розроблення формалізованих моделей прийняття рішення. Для моделювання прийняття рішення виборцем найчастіше використовують різною мірою успішно раціональні теорії прийняття рішення [3], теорію швидких евристик [4; 5] або проспективну модель [6]. Однак ураховуючи, що результати електорального вибору розгортаються на роки в майбутнє, досі недостатньо уваги приділяється темпоральним процесам як чинникові впливу на прийняття рішення. Попереднє дослідження [7] продемонструвало існування *часового фреймінгу електоральних рішень*, який спирається на вплив часових процесів на когнітивну репрезентацію ситуації вибору. Під фреймінг-ефектом у даному випадку слід розуміти прийняття різних рішень щодо вибору кандидата на одну і ту ж саму посаду на проміжки часу, які перетинаються. Ідеться про своєрідну “сліпоту” виборця щодо наслідків прийнятого рішення в найближчому майбутньому. Наприклад, виборець не бере до уваги, що особа, за яку він віддав свій голос сьогодні, і через три роки буде президентом.

Дане дослідження є логічним продовженням попереднього і спрямоване на вивчення особливостей такого темпорального процесу,

як уявне старіння в майбутньому модусі часу. Проблема прогнозування наслідків інформаційного впливу на політичні настановлення знайшла висвітлення в дослідженнях П. Д. Фролова [8], а О. М. Плющ [9], наприклад, запропонував класифікацію можливих впливів на поведінку виборця.

Мета нашого дослідження полягає не в огляді можливих впливів, а в експериментальному дослідженні конкретної проблеми – можливості застосування такого темпорального процесу, як уявне старіння, для впливу на прийняття рішення виборцем в акті голосування на виборах президента. Усі інші впливи із широкого спектру можливих впливів і маніпуляцій, особливо ті, які виходять за рамки етики та порушують правові норми, не братимуться до уваги.

У більшості моделей, що описують процес прийняття рішення, можна виокремити три чинники: 1) наявні пропозиції та їхні властивості; 2) характеристики суб'єкта прийняття рішення; 3) використовувані правила прийняття рішення. Зауважимо, що у випадку електорального рішення як пропозиції вибору виступають кандидати на виборну посаду, програми діяльності політичних партій на наступні роки або ж партії як такі. Зважаючи на високий ступінь персоніфікації політичних сил в Україні і декларативний характер більшості передвиборних програм, за пропозиції вибору було взято самих політиків, а не їхні програми. *Об'єктом* дослідження стало прийняття рішення виборцем, а його *предметом* – уявне старіння пропозиції вибору і уявне старіння суб'єкта вибору.

Вихідне положення полягає в тому, що часові процеси впливають на результат рішення, а саме на вибір того чи того кандидата на президентських виборах. Під темпоральними процесами розуміють розгортання змін у репрезентації об'єктів у часі. У даному випадку йдеться про уявні зміни в репрезентації пропозиції вибору, які пов'язуються з плином часу. Зміни в часі можуть при цьому стосуватися і самого суб'єкта. У цілому ж темпоральні процеси спираються на концепцію часу як метафізичну складову сучасного світогляду, яка робить свій внесок у відображення змін у будь-якій когнітивній репрезентації.

Відповідно до ідеї дослідження ми припускаємо, що існує диференційований вплив з боку темпоральних процесів на прийняття рішення виборцем, які (а) стосуються сукупності пропозицій та (б) уявного старіння самого суб'єкта прийняття рішення. Експерименти з прийняття інтертемпоральних рішень моделюють вплив часу на прийняття рішення в рамках теорії зменшення цінності [10–12]. Але при цьому йдеться про темпоральний процес як сингулярний за своєю

природою. Існує, утім, й інший підхід, який впливає з припущення про одночасний вплив кількох темпоральних процесів. Маніфестація таких часових процесів вивчалася в експериментах із фреймінгом топікальних рішень [13]. На основі цих положень уже поставлено два експерименти, в яких продемонстровано часовий фреймінг електорального вибору [7]. Але в зазначених експериментах йшлося про старіння тільки пропозиції вибору. Вважаємо, що є потреба в подальшому вивченні процесу старіння – і не тільки старіння пропозиції, а й уявного старіння самого суб'єкта.

Як і в попередньому дослідженні [7], зосередимо увагу на розкритті впливу темпоральних процесів на вибір через маніфестацію фреймінг-ефекту. Ідея фреймінгу рішення виборця спирається на положення про ментальний топікальний рахунок. Д. Тверський та А. Канеман [14], а також Р. Тейлер [15] продемонстрували, що індивід формує певний внутрішній рахунок для кожної із пропозицій, щодо якої він приймає рішення. Топікальний рахунок вирізняється тим, що окремо для кожної пропозиції з усієї множини пропозицій “обраховуються” переваги і недоліки. Отже, логічно очікувати, що для кожної пропозиції (кандидата на виборчу посаду) виборець формує окрему репрезентацію як окремих рахунок, на який заносяться вади і переваги пропозиції. Значимо, що цінність кандидата на посаду як характеристика пропозиції вибору має багато складових: це й імідж, і досвід роботи, і попередні успіхи, і належність до певної статі, професійної групи, і походження тощо. Можливо, що кожна із цих складових по своєму впливає на розгортання часових процесів. Однак у цьому дослідженні, як і в попередньому, виходитимемо з існування певної інтегрованої цінності кожної окремої пропозиції вибору. Ключовими для фреймінг-ефекту є зміни у формулюванні пропозиції вибору, які викликають зміни в її когнітивній репрезентації, а відтак зміну вибору.

Темпоральні процеси. Для експериментальної реалізації завдання з активації уявного старіння пропозиції і суб'єкта розгляньмо, що ж являють собою власне темпоральні процеси. Американська дослідниця Дж. Дж. Фрейд [16; 17], спираючись на ряд експериментів, запропонувала тезу про темпоральний вимір когнітивних репрезентацій. Експериментально було продемонстровано наявність темпорального виміру топікального ментального рахунку [13]. За результатами темпоральні процеси маніфестують себе: (а) у старінні пропозиції, (б) у розгортанні очікувань щодо майбутнього, істотно впливаючи при цьому на результат вибору, та в інших формах. За результатами попереднього дослідження [7], цілком припустимо розглядати кандидатів на виборчу посаду як елементи множини пропозицій, які також підлягають впливові уявних часових процесів, одним з яких є уявне

старіння. Кожний елемент множини пропозицій має свій власний життєвий цикл і залежно від фази життєвого циклу та актуальних подій може змінювати свою цінність. Можемо припустити, що разом із старінням пропозиції відбувається уявне старіння суб'єкта прийняття рішення як процес, котрий має інші параметри перебігу, а отже, повинен по-іншому впливати на вибір. Завдяки зазначеним часовим процесам варто очікувати відповідної зміни преференцій у прийнятті рішення виборцем. *Гіпотеза* полягає в тому, що спрямування уваги суб'єкта на часові процеси, які стосуються або елемента з множини пропозицій, або самого суб'єкта, призводитиме до змін суб'єктивної цінності пропозиції, що корелюватиме із зміною преференцій суб'єкта і в кінцевому підсумку призводитиме до зміни розподілу голосів в експериментальній вибірці в цілому. Диференційований вплив на вибір з боку старіння пропозиції і старіння суб'єкта свідчитиме про істотну розбіжність цих двох темпоральних процесів. Якщо говорити метафорично, то йдеться про те, хто в уявленні виборця старіє швидше – політик чи сам виборець, і як ці два види старіння впливають на електоральний вибір? Старіння пропозиції і старіння суб'єкта вибору в майбутньому модусі часу – це, вірогідно, два окремих процеси старіння, що й слід тепер довести експериментальним шляхом. Якщо ці два процеси і справді цілком незалежні, то при однаковій часовій дистанції (часі, наданому для старіння) вони призводитимуть до різних змін у вирішенні проблеми вибору щодо однієї і тієї ж пропозиції. Очікується, що залежно від особливостей формулювання проблеми вибору (фреймінгу) спостерігатимемо підтримку на один і той самий період часу різних кандидатів на одну і ту саму посаду. При цьому важливо, що обидва формулювання проблеми вибору є реалістичними описами вибору для пересічного виборця. Розбіжності у прийнятті рішення щодо однієї і тієї ж пропозиції, але поданої в різних формулюваннях і являє собою фреймінг-ефект.

Гіпотезу про вплив темпоральних процесів на когнітивну репрезентацію вибору, а отже, і на сам вибір підтверджують уже отримані результати [7; 13]. На її користь говорять також дослідження впливу часового горизонту індивіда на прийняття ним рішення щодо довготривалих фінансових інвестицій [18], так само як і впливу часового горизонту індивіда на споживання шкідливих для здоров'я речовин і на ризиковану поведінку [19–21].

Згідно із Конституцією України президента обирають на п'ять років. Кожний із цих років належить до майбутнього модусу часу відносно теперішнього моменту (T0) прийняття рішення виборцем на самих виборах. Позначимо ці роки як M1, M2, M3, M4, M5. Порівняймо, чи збігатимуться рішення щодо підтримки кандидата для моментів

T0 і M4. При цьому момент M4 моделюватиметься (а) через уявне старіння пропозиції і (б) через уявне старіння самого виборця. У нашому дослідженні очікується виникнення двох видів часового фреймінгу електоральних рішень, залежно від того, що активовано – старіння пропозиції чи старіння суб'єкта. Ефект часового фреймінгу полягатиме в розбіжності прийнятих виборцями рішень залежно від змінених часових параметрів в описі проблемної ситуації. У першому, базовому, випадку мають бути звичайні умови вибору, подібні до формулювання проблеми вибору в бюлетені. У другому випадку активизуватимуться старіння пропозиції, у третьому має виникати уявне старіння самого суб'єкта прийняття рішення. Як змінюваний параметр використовуватимуться часові маркери, котрі інтегруватимуться в опис ситуації вибору і читатимуться випробуваним (виборцем) як такі, що відповідають реаліям і не суперечать чинному виборчому законодавству. Саме завдяки часовим маркерам в описі проблеми вибору активизуватимуться відповідні часові процеси. Отже, як експериментальний дизайн ми пропонуємо схему (рис.).

За такою схемою експерименту виконуватимуться три виміри уподобань виборців для трьох версій проблеми вибору – для теперішнього (момент “T0”), для старіння в майбутньому пропозиції (момент “M4 кандидат”) та для старіння в майбутньому самого виборця (момент “M4 сам”). Спираючись на результати попередніх досліджень [7; 13], можемо говорити про залежність швидкості старіння від суб'єктивної цінності пропозиції в очах виборців. Отже, і в цьому експерименті варто очікувати, що кандидати з найбільшим рейтингом у складі експериментальної групи зазнаватимуть найбільшого впливу від процесу старіння. Однак нагадаємо, що цінність кандидата має багато складових, які не аналізуватимуться в рамках даної статті. Життєвий цикл політика як пропозиції вибору може містити фази підвищення суб'єктивної цінності для виборця залежно від розвитку політичної ситуації; при цьому такі зміни до певної міри не залежать від фізичного віку самого політика¹. Утім, подібні нетемпоральні особливості в динаміці популярності лише відбиватимуть специфіку розгортання темпоральних процесів щодо сприйняття політика, але вони не зможуть елімінувати вплив темпоральних процесів як такий.

¹ Л. М. Кравчук попри свій вік залишається на сьогодні впливовим політиком в Україні, тоді як молодші його наступники, экс-президенти Л. Д. Кучма і В. А. Ющенко, схоже, назавжди втратили вагу як політики в очах виборців.

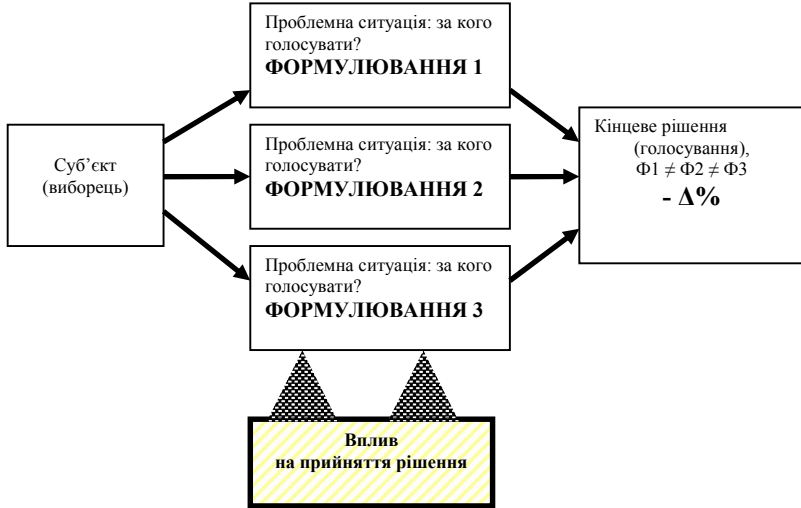


Рис. Схеми експерименту

Примітка. Під впливом на прийняття рішення слід розуміти таке переформулювання задачі вибору, яке активізує цільові темпоральні процеси. Під формулюванням проблеми вибору Ф1 пропонується базове формулювання в теперішньому часі, близьке до того, як вибір формулюється у виборчому бюлетені. Під формулюванням Ф2 розглядається активізація старіння пропозиції. Як формулювання Ф3 подається проблема вибору, коли відбувається уявне старіння суб'єкта вибору.

Щоб перевірити висунуту гіпотезу, ми вдалися до експерименту, в якому за досліджуваній параметр було взято прийняття виборцем рішення. Незалежною змінною виступала активація темпоральних процесів, а саме старіння пропозиції і старіння суб'єкта вибору.

Експеримент: старіння суб'єкта і старіння пропозиції вибору

Випробувані. Вибірку склали 667 студентів, з них 62,9 % – особи чоловічої статі і 37,1 % – жіночої. Вік випробуваних коливався від 17 до 25 років (середній – 19,6). Дослідження проводилось у Національному технічному університеті України “КПІ” в період із 7 грудня по 16 грудня 2009 р., тобто під час офіційних передвиборних перегонів на посаду Президента України.

Метод. Досліджувані формулювання проблеми вибору подавалися у двох часових модусах – теперішньому і майбутньому. У майбутньому модусі часу було два окремих формулювання проблеми вибору: в одному активізувалося старіння пропозиції – кандидата на посаду Президента України, у другому стимулювалось уявне старіння самого су-

б'єкта прийняття рішення. Відповідно визначилися три завдання, за якими випробуваних випадковим чином було розділено на три підгрупи.

Процедура збирання даних. Бланки завдань для вибору так само випадковим чином розподілялися між випробуваними, але з дотриманням міжгрупового балансу за статевою і віковою ознаками. Експеримент будувався за дизайном міжгрупового порівняння, який є типовим для дослідження фреймінг-ефекту при топікальних рішеннях [14; 22; 23]. Отже, випробуваний у кожній із трьох груп отримував лише одну експериментальну проблему вибору.

Для випробуваних дослідження подавалося як вивчення особливостей прийняття рішення без зазначення того, що вивчаються часові процеси, релевантні для прийняття рішення. У зв'язку із цим учасників просили ознайомитись із завданням, по змозі швидше дати відповідь на поставлене запитання і позначити його на бланку. Заповнивши бланк, випробувані складали його пополам змістом усередину і здавали інтерв'юєрові. Ознайомлення із завданням й обдумування відповідей займали 2-3 хвилини. Ніякі додаткові пояснення щодо передвиборних програм кандидатів, їхніх біографій та інші агітаційні матеріали під час опитування не надавалися, а отже, вплив цього чинника на відповіді виключається.

Перший варіант задачі (теперішній модус часу) опрацював 221 студент, варіант задачі із старінням пропозиції в майбутньому – 220 студентів, а версію задачі із старінням самого суб'єкта прийняття рішення – 226 студентів.

Стимульний матеріал. Як стимульний матеріал було використано ситуації вибору особи на пост Президента України з нижченаведеного переліку кандидатів. Ситуація вибору подавалася у двох часових модусах – теперішньому і майбутньому. При цьому для майбутнього було взято часову віддаленість у чотири роки. Для теперішнього модусу часу задача формулювалася так: *Уявіть собі, що сьогодні відбуваються вибори Президента України. За кого з кандидатів Ви віддали б свій голос? Позначте свій вибір.*

1	Литвин В. М.	
2	Тігіпко С. Л.	
3	Тимошенко Ю. В.	
4	Ющенко В. А.	

5	Янукович В. Ф.	
6	Яценюк А. П.	
7	Проти всіх	
8	На вибори не піду	

9 - своя пропозиція кандидата _____

Для активізації уявного старіння пропозиції, тобто кандидата, завдання для випробуваного формулювалось у такий спосіб: *Уявіть собі, що вибори Президента України відбуватимуться через 4 роки (у*

січні 2014 року). За кого з кандидатів Ви віддали б свій голос? Позначте свій вибір.

Завдання, яке ставило за мету активізувати старіння самого суб'єкта прийняття рішення, пропонувалося в такому вигляді: *Уявіть собі, що сьогодні відбуваються вибори Президента України. Ви стали старшими на 4 роки. За кого з кандидатів Ви віддали б свій голос? Позначте свій вибір.*

Результати дослідження. Як і в попередньому досліді [7], отримано часовий фреймінг-ефект вибору. Він полягає в тому, що частки тих, хто проголосував би за одного і того ж самого кандидата сьогодні, у грудні 2009, і через 4 роки, у січні 2014-го, відрізняються. При цьому розбіжності спостерігаються і для пропозицій вибору, сформульованих у майбутньому модусі часу залежно від того, відбувається уявне старіння кандидата чи самого виборця. Фактично йдеться про три часові фреймінг-ефекти, які виникають із порівняння рейтингів політиків: *перший* фреймінг-ефект спирається на порівняння вибору в теперішньому і майбутньому часі за умови старіння пропозиції, *другий* визначається відмінностями в підтримці політиків сьогодні і в майбутньому за умови старіння виборця, *третій* пов'язаний з розбіжностями в підтримці політиків у майбутньому часі, коли: або старіє кандидат, або старіє сам виборець. Вочевидь, виборець не бере до уваги факт, що особа, яка обирається президентом у грудні 2009 р., буде президентом і в 2014 р. Якби виборець враховував часову перспективу, то він обирав би на один і той самий період часу одного і того ж претендента. Насправді ж, як свідчать результати опитування, для 2014 р. виборці демонструють уже зовсім інший рівень прихильності до тих же самих кандидатів. Більше того, якщо запропонувати виборцям уявити себе старшими на 4 роки, що відповідало б початку 2014 р., але вибір зробити сьогодні, то отримаємо знову різні результати вибору (табл.). Отже, наявні три фреймінг-ефекти мають неоднаковий ступінь вираженості, бо спираються на різні темпоральні процеси: перший – на старіння пропозиції, другий – на старіння суб'єкта, а третій – на розбіжності двох видів старіння. Кожен з них по-різному проявляється щодо різних кандидатів залежно від їхнього актуального віку, перспективності, статі, актуального рівня популярності кандидата в групі опитуваних та від того, яке саме старіння активоване.

Проаналізуємо зміни в прихильності виборців, пов'язані із зміною модусу часу, в якому сформульовано проблему вибору. Спочатку розглянемо *старіння пропозиції*. Як і в першому дослідженні (див. [7], експеримент 1), рейтинги представників старшої політичної генерації Ю. В. Тимошенко і В. Ф. Януковича дещо зменшилися.

Таблиця

**Результати розподілу позитивних відповідей (голосів “за”)
для двох часових модусів (у %)**

№ пор.	Кандидат на посаду Президента України	Теперішнє	Майбутнє – старіє кандидат	Майбутнє – старіє суб'єкт
1	Литвин В. М.	2,7	4,5	3,5
2	Тігіпко С. Л.	10,9	9,5	13,7
3	Тимошенко Ю. В.	24,9	13,6	20,8
4	Ющенко В. А.	1,4	1,4	1,3
5	Янукович В. Ф.	9,0	8,2	10,2
6	Яценюк А. П.	8,1	8,6	5,8
7	Проти всіх	23,1	29,5	24,8
8	На вибори не піду	9,5	12,7	9,7
9	Своя пропозиція кандидата	10,4	11,8	10,2
	Усього	100,0	100,0	100,0

Примітка. На запитання, сформульоване в теперішньому часі, відповів 221 респондент; завдання, сформульоване в майбутньому часі у випадку старіння кандидата, отримали 220 респондентів, а завдання, в якому імітується старіння виборця, опрацювали 226 респондентів. Значущу розбіжність виявлено щодо Тимошенко Ю. В. при порівнянні її підтримки в теперішньому часі і у випадку очікуваного старіння пропозиції за 4 роки (Wald-статистика=3,98, $p=0,046$) та маргінально значущу розбіжність – при порівнянні її підтримки в теперішньому часі з підтримкою у випадку старіння суб'єкта прийняття рішення (Wald-статистика=2,4, $p=0,12$).

Значного старіння зазнала пропозиція щодо кандидата на посаду президента в особі Ю. В. Тимошенко. Різниця між підтримкою її в теперішньому (24,9 %) і підтримкою в уявному майбутньому часі через 4 роки (13,6 %) становить 11,3 %. Це дає змогу вирахувати темпи старіння кандидата як пропозиції вибору: $11,3 \% : 24,9 \% = 0,454$ (така частка рейтингу втрачається за 4 роки) і втрати в перерахунку на 1 рік: $0,454 : 4 = 0,113$ (це втрата 11,3 % свого рейтингу за кожний рік уявного старіння). Такі темпи старіння пропозиції збігаються з результатами другого експерименту в попередньому дослідженні [7], де вони були на рівні 11,6 %. Очевидно, що темпи уявного старіння кандидата слід було б взяти до уваги як діагностичний і прогностичний параметр.

Рейтинг В. Ф. Януковича при переході від теперішнього зазнав незначного падіння порівняно з попередніми дослідженнями ($\Delta=-0,8\%$). Разом з тим його загальний рейтинг у даній групі випробуваних виявився низьким, що може пояснювати низькі значення показників старіння або практично відсутність старіння як пропозиції. Схиляємо-

ся до думки, що Януковича підтримували його постійні прихильники, отож варто говорити про різні темпи старіння пропозиції серед постійних і ситуативних прихильників.

Іншим фактором впливу, як ми і припускали в гіпотезі, виявилось уявне *старіння суб'єкта* прийняття рішення в майбутньому. Порівнявши крайню праву і середню колонки наведеної вище таблиці з базовими показниками підтримки кандидатів у теперішньому часі, бачимо істотну відмінність у впливі на вибір кандидата цих двох видів уявного старіння в майбутньому. Уявне старіння суб'єкта не так істотно впливає на зменшення популярності політиків, як уявне старіння самих політиків. Імовірно, існує зв'язок між впливом старіння суб'єкта і віком кандидата. У випадку старіння суб'єкта старший кандидат радше набирає голоси (В. Ф. Янукович, С. Л. Тігіпко, В. М. Литвин) або демонструє значно повільніше зменшення своєї вартісності (Ю. В. Тимошенко). Однак наймолодшому кандидатові А. П. Яценюку у такому випадку загрожує втрата голосів. Він репрезентується за таких умов як дещо замолодий для такої високої посади, якщо враховувати стимульований у досліді уявний вік виборця.

Не менш цікавими є результати, отримані для опції “проти всіх”. Ця опція, як і в попередньому дослідженні [7], демонструє збільшення частки голосів при переході від формулювання проблеми вибору в теперішньому часі до формулювання в майбутньому часі, коли старіє пропозиція. Але кількість позитивних реакцій на опцію “проти всіх” повертається до базового рівня, так само як і для опції “на вибори не підуть”, коли активізується старіння суб'єкта прийняття рішення. Попри повернення лише до базового рівня, а не нижче нього можемо зробити припущення, що звернення до виборців: “Уяви себе на 5 років старшим і відповідально обирай” – матиме демпфуючий вплив на протестну активність. Імовірно, такий спосіб демпфування протестної активності буде ефективним і в інших ситуаціях, окрім виборів. Уявне старіння виборця, як бачимо, може стати певним активатором консервативних поглядів і відповідних настроїв. Утім, уявні темпоральні процеси потребують дальшого експериментального дослідження.

Висновки. Дослідження продемонструвало існування часового фреймінгу електоральних рішень. Під фреймінг-ефектом у даному випадку слід розуміти розбіжності у прийнятих рішеннях щодо вибору кандидата на одну і ту ж саму посаду на проміжки часу, які перетинаються. Це своєрідна “сліпота” виборця щодо наслідків прийнятого рішення в найближчому майбутньому. У когнітивній репрезентації проблеми вибору експериментально виокремлено уявне старіння про-

позиції і старіння суб'єкта як окремі темпоральні процеси, які дають змогу по-різному впливати на прийняття виборцем рішення.

Стимуляція уявного старіння діючих політичних лідерів спричинюється до прискорення їхньої заміни. Але це спостерігатимемо лише тоді, коли діючі лідери будуть належати до більш старшого покоління, ніж ті, які намагаються їх змінити. Уявне ж старіння суб'єкта прийняття рішення стимулює радше консервативні настрої, певну недовіру до молодого покоління політиків навіть серед студентів. Не виключено, що цей процес може бути вираженим ще більш помітно у людей, старших за студентів, і у близьких за віком до кандидатів. Це припущення, однак, потребує експериментальної перевірки дослідним шляхом за умови, що випробуваними будуть особи віком 35 – 40 років і 45 – 50 років.

Уявне старіння пропозиції (кандидата) і уявне старіння суб'єкта вибору до певної міри доповнюють одне одного, створюючи баланс впливів. Для збільшення відсотку голосів на свою користь на наступних президентських виборах представникам старих політичних сил (Ю. В. Тимошенко, В. Ф. Януковичу) варто при зверненні до виборців активізувати уявне старіння самих виборців. Кандидатам же на посаду президента із молодшої генерації (С. Л. Тігіпку, А. П. Яценюку) слід у зверненнях до виборців активізувати старіння пропозицій, у тому числі і самих себе. Це має збільшити вірогідність втрати голосів представниками старих політичних сил і активізувати підтримку молодих політиків.

Звичайно, що для доведення експериментальних результатів до рівня технології впливу, яка могла б застосовуватися на широких верствах населення, мають бути відпрацьовані певні тонкощі, які не розглядаються в рамках даної публікації. За рахунок особливостей під час практичної реалізації впливу згаданий баланс між старінням пропозиції і старінням суб'єкта може бути порушеним у бік, що визначатиметься цільовим завданням. Кінцевий ефект від впливу можна формалізувати так: **кінцевий ефект = експериментальний ефект × успішність рекламної кампанії**. За умови якісно підготовлених звернень, їх активного донесення до виборця та використання для цього диверсифікованих шляхів реальний ефект від впливу на поведінку виборця через активізацію темпоральних процесів може бути навіть більшим, ніж отриманий в експерименті. Нагадаємо, що у всіх трьох експериментах, проведених у розрізі даної проблеми, жодного разу не використовувалась агітація, не надавалась можливість розгорнуто представити часову перспективу і системно розширити часовий горизонт виборця. До того ж запропонований підхід до впливу на електоральний вибір уже за результатами експериментів виглядає як

підхід із помітною економічною ефективністю. Варто очікувати, що застосування активізації часових процесів у репрезентації ситуації вибору в разі застосування широкої рекламної підтримки матиме сильніший вплив на прийняття рішення виборцем, ніж ефект від введення дорогих технічних кандидатів у виборчий список.

Результати попереднього [7] і цього досліджень становлять базис для розроблення інструментарію впливу на рішення виборця. Такий інструментарій вирізнятиметься не тільки науковою обґрунтованістю, а й високою етичністю і правовою бездоганністю. Універсальність часу як важливої складової світогляду та зрозумілість часових процесів для більшості виборців стануть запорукою простоти сконструйованих звернень до виборців і, як наслідок, їхньої зрозумілості для виборців та ефективності їхнього впливу на сам вибір. Кожне з досліджуваних формулювань задачі вибору відповідає нормам етики і читається як релевантне для виборця. Однак на практиці до уваги треба брати ще й особливості розгортання часових процесів щодо пропозиції-конкурента і “свого” кандидата-пропозиції.

Вважаємо перспективним також використання запропонованого показника, такого як темп уявного старіння кандидата, для формування довгострокових дій політичних сил. Проведення більш широких опитувань, репрезентативних для всієї вибірки, з метою визначення швидкості як реального, так і уявного старіння політиків “старої” генерації може дати цікаві результати щодо готовності виборців до виходу на політичну арену нових політиків. До цих параметрів може бути доданий показник очікувань зростання популярності молодих політиків, який розраховуватиметься за подібною схемою. Звичайно, високий рівень зазначених показників не гарантує автоматично успіх для молодих політиків. Політики молодшої генерації мають демонструвати високий рівень не тільки очікуваного, а й реального зростання популярності в майбутньому. Важливою умовою при цьому є конгруентність очікувань електорату і презентації нових пропозицій або хоча б відсутність явної суперечності між ними. Додатково зазначимо, що досліджувані темпоральні процеси, як у цій статті, так і в попередніх [7; 13], можна розглядати як чинник впливу на готовність суб’єкта сприймати також суспільно-політичні реформи та інновації в інших сферах діяльності.

Література

1. *Левенець Ю. А.* Політична наука: параметри раціоналізму / Ю. А. Левенець // Історична і політична наука та суспільна практика в Україні / НАН України, Ін-т політ. і етнонац. досл. ім. І. Ф. Кураса. – К. : Парламентське вид-во, 2009. – С. 166–172.

2. Полунін О. Прийняття рішення: вклад психологів у розвиток наукового напрямку / О. Полунін, В. Бачова // Соціальна психологія. – 2010. – № 3. – С. 29–43.
3. Becker G. S. A treatise on the family / G. S. Becker. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1981. – 346 p.
4. Gigerenzer G. Adaptive thinking: Rationality in the real world / G. Gigerenzer. – New York : Oxford University Press, 2000. – 292 p.
5. Gigerenzer G. Bauchentscheidungen. Die Intelligenz des Unbewussten und die Macht der Intuition / G. Gigerenzer. – München : C.Bertelsmann Verlag, 2007. – 284 s.
6. Kahneman D. Prospect theory: an analysis of decision under risk / D. Kahneman, A. Tversky // *Econometrica*. – 1979. – Vol. 47. – P. 263–291.
7. Полунін О. Час як змінна у фреймінгу рішення виборця / О. Полунін // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць. – К., 2010. – Вип. 10. – С. 260–278.
8. Фролов П. Д. Методичне забезпечення прогнозування наслідків інформаційного впливу на політичні настанови / П. Д. Фролов // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей. – К., 2008. – Вип. 19 (22). – С. 282–291.
9. Плющ О. Інформаційні маніпуляції як можливість для саморозвитку / О. Плющ // Соціальна психологія. – 2009. – № 3 (35). – С. 40–49.
10. Gately D. Individual discount rates and the purchase and utilisation of energy-using durables: comment / D. Gately // *Bell Journal of Economics*. – 1980. – № 11. – P. 373–374.
11. Prelec D. Beyond time discounting / D. Prelec, G. Loewenstein // *Marketing Letters*. – 1997. – Vol. 8:1. – P. 97–108.
12. Loewenstein G. F. Anomalies in intertemporal choice – evidence and an interpretation / G. F. Loewenstein, D. Prelec // *Quarterly Journal of Economics*. – 1992. – № 107 (2). – P. 573–597.
13. Polunin O. Temporal dimension of the framing effect in topical mental accounting / O. Polunin // *Studia Psychologica*. – 2009. – Vol. 51. – № 4. – P. 343–355.
14. Tversky D. The framing of decisions and the psychology of choice / D. Tversky, A. Kahneman // *Science*. – 1981. – № 211. – P. 453–458.
15. Thaler R. H. Mental accounting and consumer choice / R. H. Thaler // *Marketing Science*. – 1985. – № 4. – P. 199–214.
16. Freyd J. J. Dynamic mental representations / J. J. Freyd // *Psychological Review*. – 1987. – Vol. 94. – № 4. – P. 427–438.
17. Freyd J. J. Dynamic representations guiding adaptive behaviour / F. Macar, V. Pouthas, J. Friedman (Eds.) // *Time, action and cognition*. – Dordrecht : Kluwer, 1992. – P. 309–323.
18. Klos A. Investment decisions and time horizon: Risk perception and risk behavior in repeated gambles / A. Klos, E. U. Weber, M. Weber // *Management Science*. – 2005. – Vol. 51. – Iss. 12. – P. 1777–1790.
19. Apostolidis T. Future time perspective as predictor of cannabis use: exploring the role of substance perception among French adolescents / T. Apostolidis, N. Fioulaine, F. Soule // *Addictive Behaviors*. – 2006. – № 31. – P. 2339–2343.

20. *Petry N. M.* Shortened time horizons and insensitivity to future consequences in heroin addicts / N. M. Petry, W. K. Bickel, M. Arnett // *Addiction*. – 1998. – № 93. – P. 729–738.
21. *Zimbardo P. G.* Present time perspective as a predictor of risky driving / P. G. Zimbardo, K. A. Keough, J. N. Boyd, // *Personality and Individual Differences*. – 1997. – № 23. – P. 1007–1023.
22. *Kühberger A.* The framing of decisions: A new look at old problems / A. Kühberger // *Organizational Behaviour and Human Decision Process*. – 1995. – Vol. 62. – № 2. – P. 230–240.
23. *Levin I. P.* All frames are not created equal: A typology and critical analysis of framing effects / I. P. Levin, S. L. Schneider, G. Gaeth // *Organizational Behaviour and Human Decision Process*. – 1998. – Vol. 76. – № 2. – P. 149–188.

© Полунін О. В.

СЕМЬЯ VS БИЗНЕС: МЕХАНИЗМЫ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗРЕШЕНИЯ КЛЮЧЕВОГО ПРОТИВОРЕЧИЯ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА

Е. В. Тухонь, г. Симферополь

Представлено практичне дослідження основних чинників, що впливають на гармонійне існування сімейного бізнесу як складної системи відносин між подружжям, що одночасно є діловими партнерами. Статистично доведено, що чинником, який позитивно впливає на соціально-психологічний статус учасників сімейного бізнесу, є розроблення подружжям спільного сценарію взаємодії як відрефлексованого алгоритму організації власних ділових відносин.

Ключові слова: сімейний бізнес, задоволеність працею, задоволеність шлюбом, самоефективність.

Представлено практическое исследование основных факторов, влияющих на гармоничное существование семейного бизнеса как сложной системы отношений между супругами – деловыми партнерами. Статистически доказано, что фактором, оказывающим положительное влияние на социально-психологический статус участников семейного бизнеса, является разработка обоими супругами сценария взаимодействия как отрефлексированного алгоритма организации своих деловых отношений.

Ключевые слова: семейный бизнес, удовлетворенность трудом, удовлетворенность браком, самоэффективность.

The article presents pilot practical research of the main factors which influence on harmonic existence of family business as an important part of the whole system of relation in marital couple, who are business partners. Statis-